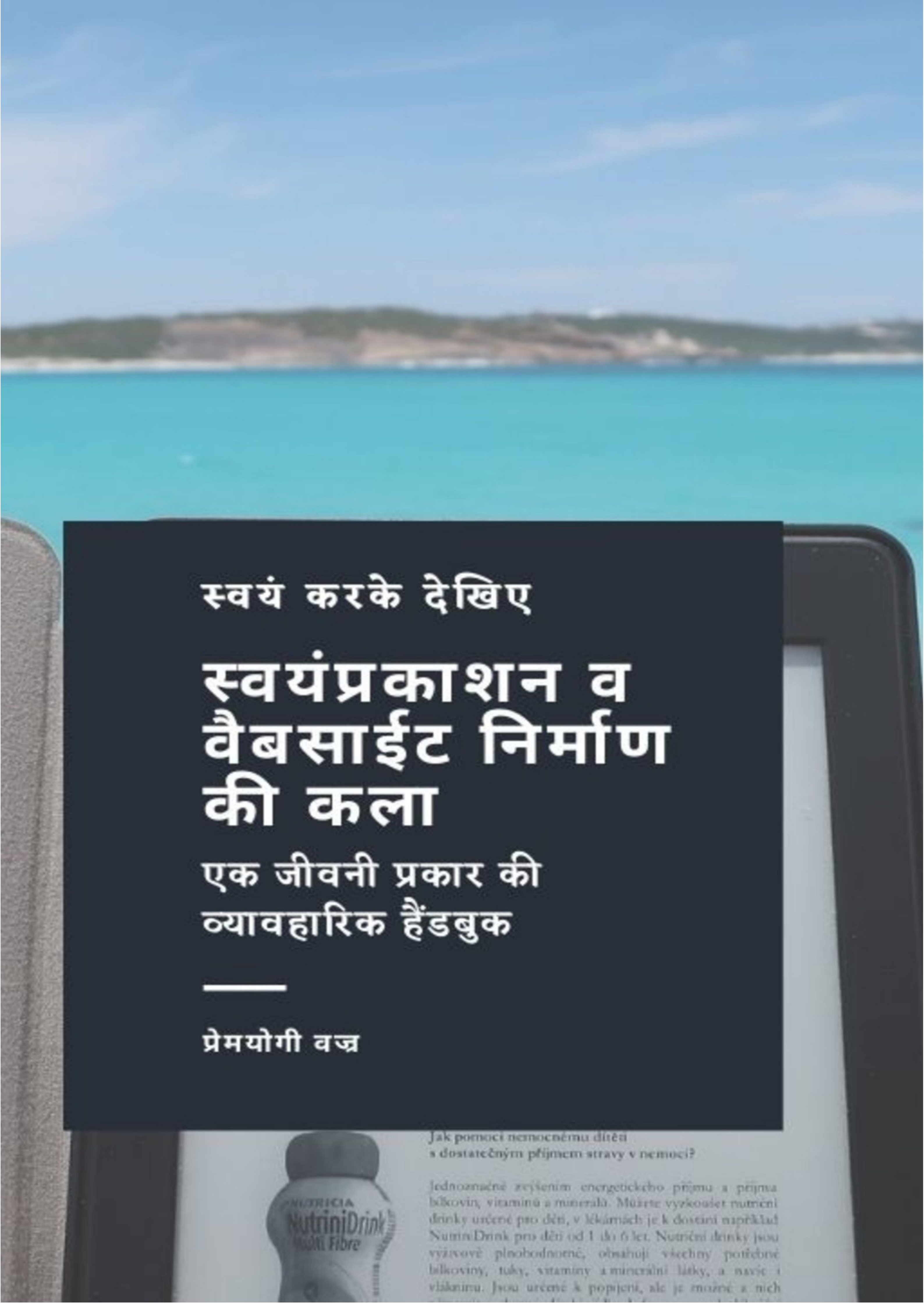
स्वयं करके देखिए

स्वयंप्रकाशन व वैबसाईट निर्माण की कला

एक जीवनी प्रकार की व्यावहारिक हैंडबुक

प्रेमयोगी वज्र



स्वयंप्रकाशन व वेबसाईट निर्माण की कला

प्रेमयोगी वज्र

वैधानिक टिप्पणी (लीगल डिस्क्लेमर)

इस पुस्तक को किसी पूर्वनिर्मित साहित्यिक रचना की नक़ल करके नहीं बनाया गया है। फिर भी यदि यह किसी पूर्वनिर्मित रचना से समानता रखती है, तो यह केवल मात्र एक संयोग ही है। इसे किसी भी दूसरी धारणाओं को ठेस पहुंचाने के लिए नहीं बनाया गया है। पाठक इसको पढ़ने से उत्पन्न ऐसी-वैसी परिस्थिति के लिए स्वयं जिम्मेदार होंगे। हम वकील नहीं हैं। यह पुस्तक व इसमें लिखी गई जानकारियाँ केवल शिक्षा के प्रचार के नाते प्रदान की गई हैं, और आपके न्यायिक सलाहकार द्वारा प्रदत्त किसी भी वैधानिक सलाह का स्थान नहीं ले सकतीं। छपाई के समय इस बात का पूरा ध्यान रखा गया है कि इस पुस्तक में दी गई सभी जानकारियाँ सही हों व पाठकों के लिए उपयोगी हों, फिर भी यह बहुत गहरा प्रयास नहीं है। इसलिए इससे किसी प्रकार की हानि होने पर पुस्तक-प्रस्तुतिकर्ता अपनी जिम्मेदारी व जवाबदेही को पूर्णतया अस्वीकार करते हैं। पाठकगण अपनी पसंद, काम व उनके परिणामों के लिए स्वयं जिम्मेदार हैं। उन्हें इससे सम्बंधित किसी प्रकार का संदेह होने पर अपने न्यायिक-सलाहकार से संपर्क करना चाहिए।

पुस्तक-परिचय

यह पुस्तक प्रेमयोगी वज्र की उन ब्लॉग-पोस्टों का संकलन है, जो उसने demystifyingkundalini.com के लिए बनाई हैं। प्रेमयोगी वज्र एक आत्मजागृत व रहस्यात्मक व्यक्ति है। अपने कुण्डलिनी जागरण के साथ ही उसके मस्तिष्क में उच्च मानसिकता की एक बाढ़ सी अ गई थी। उससे प्रभावित होकर ही उसने बहुत सी पुस्तकों का व उपरोक्त वेबसाईट का निर्माण किया। पुस्तक-प्रकाशन व वेबसाईट-निर्माण से सम्बंधित जो उसके अनुभव रहे, उसने उनको ब्लॉग-पोस्टों के रूप में जगजाहिर किया। प्रत्येक लेख का एक अलग अध्याय बनाया गया है। पाठकगण अवश्य ही इस ई-पुस्तक को रुचिकर, ज्ञानवर्धक व पढ़ने में आरामदायक पाएंगे।

ज्ञान साझा करना समाज को विकसित करने के लिए एक बुनियादी उपकरण है। बाद के साझाकरण के बिना प्राप्त अनुभव कम मूल्य का है। यह एक ही आदमी तक सीमित रहता है, और उसके साथ ही नष्ट हो जाता है। इसलिए, अपने अनुभवों को ठीक से और आसानी से साझा करने में सक्षम होने के लिए, किसी व्यक्ति को को स्वयं प्रकाशन व वैबसाईट निर्माण की कम से कम मूल बातें तो जाननी ही चाहिए, क्योंकि ये ज्ञान साझा करने के बुनियादी आधुनिक उपकरण हैं। सेल्फ पब्लिशिंग और वेबसाइट बनाने के दौरान राइटर को बड़ी मुश्किल से निपटना पड़ा। इनके मूल तकनीकी बिन्दुओं को सीखने में उन्हें कई साल लग गए। ताकि लोगों को उनकी तरह दिक्कत न आए, उन्होंने अपने सीखने के दौरान प्राप्त सभी अनुभवों को इस पुस्तक के रूप में बाँध दिया। आशा है कि लोगों को यह पुस्तक संक्षिप्त, व्यावहारिक और आसान लगेगी।

लेखक परिचय

प्रेमयोगी वज्र का जन्म वर्ष 1975 में भारत के हिमाचल प्रान्त की वादियों में बसे एक छोटे से गाँव में हुआ था। वह स्वाभाविक रूप से लेखन, दर्शन, आध्यात्मिकता, योग, लोक-व्यवहार, व्यावहारिक विज्ञान और पर्यटन के शौक़ीन हैं। उन्होंने पशुपालन व पशु चिकित्सा के क्षेत्र में भी प्रशंसनीय काम किया है। वह पोलीहाऊस खेती, जैविक खेती, वैज्ञानिक और पानी की बचत युक्त सिंचाई, वर्षाजल संग्रहण, किचन गार्डनिंग, गाय पालन, वर्मीकम्पोस्टिंग, वैबसाईट डिवेलपमेंट, स्वयंप्रकाशन, संगीत (विशेषतः बांसुरी वादन) और गायन के भी शौक़ीन हैं। लगभग इन सभी विषयों पर उन्होंने दस के करीब पुस्तकें भी लिखी हैं, जिनका वर्णन एमाजोन ऑथर सेन्ट्रल, ऑथर पेज, प्रेमयोगी वज्र पर उपलब्ध है। इन पुस्तकों का वर्णन उनकी निजी वैबसाईट demystifyingkundalini.com पर भी उपलब्ध है। वे थोड़े समय के लिए एक वैदिक पुजारी भी रहे थे, जब वे लोगों के घरों में अपने वैदिक पुरोहित दादा जी की सहायता से धार्मिक अनुष्ठान किया करते थे। उन्हें कुछ उन्नत आध्यात्मिक अनुभव (आत्मज्ञान और कुण्डलिनी जागरण) प्राप्त हुए हैं। उनके अनोखे अनुभवों सहित उनकी आत्मकथा विशेष रूप से "शरीरविज्ञान दर्शन- एक आधुनिक कुण्डलिनी तंत्र (एक योगी की प्रेमकथा)" पुस्तक में साझा की गई है। यह पुस्तक उनके जीवन की सबसे प्रमुख और महत्त्वाकांक्षी पुस्तक है। इस पुस्तक में उनके जीवन के सबसे महत्त्वपूर्ण 25 सालों का जीवन दर्शन समाया हुआ है। इस पुस्तक के लिए उन्होंने बहुत मेहनत की है। एमाजोन डॉट इन पर एक गुणवत्तापूर्ण व निष्पक्षतापूर्ण समीक्षा में इस पुस्तक को पांच सितारा, सर्वश्रेष्ठ, सबके द्वारा अवश्य पढ़ी जाने योग्य व अति उत्तम (एक्सेलेंट) पुस्तक के रूप में समीक्षित किया गया है। गूगल प्ले बुक की समीक्षा में भी इस पुस्तक को फाईव स्टार मिले थे, और इस पुस्तक को अच्छा (कूल) व गुणवत्तापूर्ण आंका गया था। प्रेमयोगी वज्र एक रहस्यमयी व्यक्ति है। वह एक बहुरूपिए की तरह है, जिसका अपना कोई निर्धारित रूप नहीं होता। उसका वास्तविक रूप उसके मन में लग रही समाधि के आकार-प्रकार पर निर्भर करता है, बाहर से वह चाहे कैसा भी दिखे। वह आत्मज्ञानी (एनलाईटनड) भी है, और उसकी कुण्डलिनी भी जागृत हो चुकी है। उसे आत्मज्ञान की अनुभूति प्राकृतिक रूप से / प्रेमयोग से हुई थी, और कुण्डलिनी जागरण की अनुभूति कृत्रिम रूप से / कुण्डलिनी योग से हुई। प्राकृतिक समाधि के समय उसे सांकेतिक व समवाही तंत्रयोग की सहायता मिली, जबकि कृत्रिम

समाधि के समय पूर्ण व विषमवाही तंत्रयोग की सहायता उसे उसके अपने प्रयासों के अधिकाँश योगदान से प्राप्त हुई।

अधिक जानकारी के लिए, कृपया निम्नांकित स्थान पर देखें-

https://demystifyingkundalini.com/

भाग.1- स्वयंप्रकाशन

स्वयंप्रकाशन, आधुनिक तकनीक की एक अद्भुत देन

मुझे हाल ही में एक पुस्तक को तैयार करने का मौका मिला, जिसका नाम है, "शरीरविज्ञान दर्शन- एक आधुनिक कुण्डलिनी तंत्र (एक योगी की प्रेमकथा)", और जिसको लिखा है, प्रेमयोगी वज्र नामक एक रहस्यमयी योगी ने। सबसे पहले मैंने उसके द्वारा कई वर्षों से समेटी गई अस्त-व्यस्त रूप की लिखित सामग्री / written material को सही ढंग से क्रमबद्ध किया। फिर बारम्बार उसको पढ़कर, उस पूरी सामग्री को अपने मन में बैठा लिया। वास्तव में लिखने का काम तो बहुत से लोग कर लेते हैं, परन्तु अंतिम दौर में उसे पुस्तक के रूप में सभी नहीं ढाल पाते। यह इसलिए, क्योंकि उसके लिए बहुत अधिक कड़ी व अनवरत मेहनत समेत संघर्ष, लगन, ध्यान, धारणाशक्ति व निरंतरता की आवश्यकता होती है। तीव्र एकाग्रता व स्मरणशक्ति को लम्बे समय तक बना कर रखना पड़ता है। पूरी पुस्तक-सामग्री को मन में एकसाथ बैठा कर रखना पड़ता है, ताकि पूरी सामग्री को युक्तियुक्तता, रोचकता व सजावट के साथ क्रमबद्ध किया जा सके। साथ में, जिससे उसमें पुनुरुक्तियाँ / repetitions भी न हो पाएं। फिर मैंने उसकी बहुत सी पुनुरुक्तियों को हटाया, तथा निर्मित क्रमबद्ध रूप में ही उसे कम्प्युटर पर टाईप करने लगा। समय की कमी के कारण लगभग 300 पृष्ठों को टाईप करने में एक साल लग गया। प्रेमयोगी वज्र बीच-2 में भी लिखित सामग्री भेजता रहा, जिसे भी मैं प्रसंगानुसार उस वर्ड फाईल / word file के बीच-2 में जोड़ता रहा। मैं माईक्रोसोफ्ट वर्ड-2007 / Microsoft word-2007 पर टाईप / type कर रहा था। कहीं मेरा टाईप किया हुआ मेटीरियल / material कम्प्यूटर की खराबी से या अन्य कारणों से नष्ट न हो जाता, उसके लिए मैं अपनी टाईप की हुई फाईल को डी-ड्राईव / D-drive (जिस पर विंडोस-फाईल्ज / windows files नहीं होतीं) में रख लेता था, और साथ में बाहरी स्टोरेज / external storage पर बेक-अप / backup के रूप में भी सुरक्षित रख लेता था। मैंने 600 रुपए के वार्षिक सब्सक्रिप्शन / annual subscription पर (डिस्काऊंट ऑफर / discount offer पर, वास्तविक मूल्य तो रुपए 1500 था) एवरनोट / Evernote को खरीदा हुआ था। वह मुझे सबसे सुरक्षित व आसान लगा, वैसे तो जी-मेल / G-mail या गूगल-ड्राईव / Google drive पर भी मुफ्त में बैक-अप रख सकते हैं। एवरनोट में अन्य भी बहुत सी अतिरिक्त सुविधाएं हैं। उसका लेखक के लिए एक फायदा यह भी है कि कहीं पर भी कुछ भी याद आ जाए, तो उस पर तुरंत लिखा जा सकता है, जो भविष्य के लिए स्टोर हो जाता है। उसका सर्च फंक्शन

/ search function भी बहुत कारगर है। कई बार मैं अपनी दूसरी वर्ड फाईल से या ब्लॉग पोस्ट / blog post से भी टेक्स्ट / text को कोपी / copy करके पुस्तक वाली फाईल में पेस्ट / paste कर देता था। परन्तु उससे फोर्मेटिंग एरर / formatting error आने से टेक्स्ट दोषपूर्ण हो जाता था, या गायब ही हो जाता था। तब मुझे पता चला कि पेस्ट करते समय ऑप्शन / option आता है कि किस स्टाईल / style में पेस्ट करना है। उसके लिए वह ऑप्शन सेलेक्ट / select करना पड़ता है, जिसमें "कीप टेक्स्ट ओनली" / keep text only लिखा होता है। इसको माईक्रोसोफ्ट वर्ड के बेस बटन / base button "वर्ड ऑप्शन" / word option में जाकर स्थाई तौर पर भी सेलेक्ट किया जा सकता है। और भी बहुत सी एडजस्टमेंट / adjustments सुविधानुसार उस पर की जा सकती हैं, हालांकि उनकी कम ही जरूरत पड़ती है। क्योंकि पुस्तक हिंदी में थी, अतः गूगल इनपुट / Google input के "हिंदी भाषा टूल" / Hindi language tool को डाऊनलोड / download किया गया था। उससे इंगलिश की-बोर्ड / English keyboard पर टाईप करने से उसके जैसे हिंदी के अक्षर छप जाते हैं। जैसे की "MEHNAT" को टाईप करने से फाईल में हिंदी का "मेहनत" शब्द छप जाता है। मैंने संस्कृत टूल को भी डाऊनलोड किया हुआ था, क्योंकि पुस्तक में बहुत से शब्द संस्कृत के भी थे। कम्प्युटर / computer को यूपीएस / UPS (बेटरी बैक-अप / battery backup) के साथ जोड़ा गया था, ताकि अचानक बिजली गुल होने पर कम्प्युटर एकदम से बंद न हो जाया करता, जिससे फाईल को सेव / save करने का मौका मिल जाया करता। वैसे भी टाईप करते हुए बीच-2 में फाईल को सेव कर लिया करता था। जब मेरी फाईल 150 पृष्ठों से बड़ी हो गई थी, तब कई बार सीधे ही पैन-ड्राईव / pen drive के अन्दर उसमें जोड़ा गया टेक्स्ट सेव नहीं हो पाता था, और उसकी सूचना स्क्रीन / monitor screen पर आ जाती थी। तब फाईल को पेन-ड्राईव से कोपी करके कम्प्युटर में पेस्ट करना पड़ता था। फिर उस पर टाईप किया हुआ टेक्स्ट सेव हो जाता था। कहीं दूसरे स्थान, दुकान आदि में टाईप करने के लिए उस ताजा फाईल को फिर से पेन-ड्राईव के अन्दर कोपी-पेस्ट करना पड़ता था। कई बार तो पेन-ड्राईव में स्टोर / store की गयी फाईल खुलती ही नहीं थी। ऐसा होने का एक मुख्य कारण कम्प्यूटर में वायरस होना भी है। इसलिए वायरस वाले कम्प्यूटर पर अपनी पेन ड्राईव न चलाएं, और अपने कम्प्यूटर पर हमेशा एंटिवायरस डाल कर रखें। इसलिए कुछ भी टाईप करने के बाद मैं उस फाईल को एवरनोट (पूर्वोक्त क्लाऊड-स्टोरेज / cloud storage) में बैकअप-स्टोर कर लेता था। पेन-ड्राईव की फाईल न खुलने पर, उस फाईल को एवरनोट से डाऊनलोड कर लेता था। इस तरह

से मैंने कभी भी टाईप किए हुए टेक्स्ट को लूज / lose नहीं किया, एक पंक्ति को भी नहीं। इससे एक और फायदा यह होता था कि यदि कभी मेरे पास पेन ड्राईव नहीं होती थी, तो मैं एवेरनोट से बुक-फाईल को डाऊनलोड करके उस पर टाईप कर लेता था, और उसे फिर से एवरनोट में सेव कर लेता था। यद्यपि पेन ड्राईव हमेशा मेरे हेंड बेग में रहती थी। मैंने अतिरिक्त सुरक्षा के लिए, बुक-फाईल के पूरा होने पर उसे बाहय हार्ड ड्राईव / external hard drive, गूगल ड्राईव व जी-मेल में भी सेव कर लिया। टेक्स्ट की लाईन-स्पेसिंग / line spacing बराबर नहीं आ रही थी। बहुत से फौंट / fonts प्रयुक्त किए, पर बात नहीं बनी। निर्देशानुसार पैराग्राफ स्पेसिंग-सेटिंग / paragraph spacing setting के "डू नोट एड एक्स्ट्रा स्पेस बिफोर ओर आफ्टर पेराग्राफ" / do not add extra space before or after paragraph को भी अनचेक / uncheck किया, पर बात नहीं बनी। मैं एरियल यूनिकोड एमएस / Arial unicode MS पर टाईप करता था। फिर मुझे इंटरनेट / internet से हिंट / hint मिला की कई फोंटों में गैर-अंगरेजी / non English भाषा के अक्षर अच्छी तरह से लाईन / line में फिट / fit नहीं होते। फिर मैंने बहुत से फोंटों को ट्राई / try किया, पर केवल केम्ब्रिया फोंट / Cambria font पर ही बात बनी, और लाईन स्पेसिंग बिलकुल बराबर व शानदार हो गई। उससे मेरी बहुत बड़ी समस्या दूर हो गई, विशेषतः पुस्तक का प्रिंट वर्जन / print version छपवाने के लिए, क्योंकि ई-बुक के लिए तो असमान लाईन स्पेसिंग से भी काम चल रहा था। पर एक बात गौर करने लायक थी कि केम्ब्रिया फॉण्ट तभी एप्लाई / apply हो रहा था, जब टेक्स्ट पहले से ही एरियल यूनिकोड एमएस में टाईप या रूपांतरित किया हुआ था, अन्यथा नहीं। दोनों ही फोंट बनावट में लगभग एक जैसे ही हैं, और हिंदी के लिए सबसे उपयुक्त हैं। टेक्स्ट को सेलेक्ट करके फोंट को कभी भी बदला जा सकता है।

अब आती है बारी वर्ड फाईल को किनडल ई-बुक / kindle e-book के अनुसार फोर्मेट / format करने की। चारों ओर के मार्जिन / margins एक सेंटीमीटर किए गए। हेडर व फूटर / header and footer रिमूव / remove किए गए। हेडर उसे कहते हैं जो एक जैसा वाक्य या शब्द हरेक पेज / page के टॉप / top पर सेलेक्ट एरिया / selected area में अपने आप लिखा होता है। ऐसा आपने पुस्तकों में देखा भी होगा। इसी तरह फूटर हरेक पेज के बॉटम / bottom के सेलेक्ट एरिया में स्वयं ही लिखा होता है। तभी ऐसा होता है यदि हेडर व फूटर को होम-सेटिंग में डाला गया हो। पेज नंबर / page number भी रिमूव किए

गए। लाईन स्पेसिंग को 1.5 पर सेट किया गया। टेक्स्ट एलाईनमेंट / text alignment को लेफ्ट / left पर सेट / set किया गया। चित्र, ग्राफ / graph, टेबल / table आदि यदि टेक्स्ट में न ही हों, तो बेहतर है; क्योंकि ये ई-रीडर / e-reader में बहुत अच्छी तरह से डिस्प्ले / display नहीं होते हैं। ई-रीडर में केवल श्वेत-श्याम वर्ण ही होता है। यदि बहुत ही आवश्यक हो तो चित्र को भी डाला जा सकता है, यद्यपि वह बहुत जगह घेरता है, क्योंकि वह टेक्स्ट-लाईनों के बीच में फिट नहीं हो पाता, अपितु पेज के बाएँ मार्जिन से दाएं मार्जिन तक की पूरी जगह को टेक्स्ट के लिए अनुपयोगी बना देता है।

मेरे द्वारा संकलित व पूर्ववर्णित ई-पुस्तक का प्रचाराभियान

मैंने उस ई-पुस्तक को पूर्णरूप से निर्मित होने से पहले ही केडीपी किन्डल पर डाल दिया था। नई तैयार लिखित सामग्री को मैं प्रतिदिन उस पर अपडेट कर लिया करता था। मैंने उस पुस्तक को किन्डल अनलिमिटिड में ज्वाइन कराया हुआ था, जिसके अनुसार किन्डल अनलिमिटिड के उपभोक्ता उस पुस्तक को मुफ्त में डाऊनलोड कर सकते थे। इस तरह से, पूर्ण निर्माण होने तक मेरी पुस्तक का कुछ प्रचार स्वयं ही हो गया था। वैसे मेरी किस्मत अच्छी रही जो किसी ने अधूरी पुस्तक की समीक्षा / रिव्यू नहीं डाली, क्योंकि उससे पुस्तक की कमियाँ पाठकों के समक्ष उजागर हो सकती थीं। मेरी पुस्तक को सर्वोत्तम समीक्षा तब मिली, जब वह पूर्ण रूप में पाठकों के समक्ष प्रस्तुत हुई। लैंडिंग पेज / landing page भी मैंने बहुत पहले ही बना दिया था। लैंडिंग पेज एक वेबसाईट / website का वेबपेज / webpage, मुख्यतया होमपेज / homepage होता है, जिसमें पुस्तक के बारे में सम्पूर्ण जानकारी लिखी होती है, तथा उस पुस्तक के ऑनलाइन बुक-स्टोर / online book store का भी लिंक / link दिया होता है। इच्छुक पाठक उस लिंक पर क्लिक करके बुक स्टोर में पहुँचते हैं, और वहां से उस पुस्तक को खरीद लेते हैं। लैंडिंग पेज एक प्रकार से पुस्तक की दुकान ही होती है, और बुक स्टोर का बुक-डिटेल पेज / book detail page एक प्रकार का कैश-काऊंटर होता है। जब भी कभी पुस्तक के लिए एड-केम्पेन (प्रचाराभियान) / ad campaign चलाई जाती थी, तब उसमें लैंडिंग पेज का ही लिंक दिया गया होता था, सीधा बुक-स्टोर का नहीं। वह इसलिए क्योंकि बुक-स्टोर में पुस्तक के बारे में बहुत कम प्रारम्भिक जानकारी होती है, और वह पाठक को पुस्तक खरीदने के लिए अधिक प्रोत्साहित नहीं करता। लैंडिंग पेज में एक प्रकार से सम्पूर्ण पुस्तक ही संक्षिप्त रूप में विद्यमान होती है। मैंने तो सम्पूर्ण वेबसाईट ही पुस्तक के निमित्त कर दी थी। इससे उन पाठकों को भी लाभ मिलता था, जो किसी कारणवश विस्तृत पुस्तक को खरीद नहीं सकते थे, या पढ़ नहीं सकते थे। मैंने गूगल की एड-केम्पेन लगा कर देखी, पर उससे मुझे कोई विशेष लाभ प्रतीत नहीं हुआ। मैं क्वोरा पर प्रश्नों के उत्तर लिखा करता था। उत्तर के अंत में मैं अपनी वेबसाईट का लिंक भी लगा दिया करता था। उससे मेरी वेबसाईट पर ट्रेफिक / traffic तो काफी बढ़ गई थी, पर पुस्तक की खरीद नहीं हो पा रही थी। फेसबुक पर अपनी वेबसाईट के बारे में पोस्ट डाल कर भी बहुत कम ट्रेफिक आ रही थी। मैंने अपने सभी सोशल मीडिया अकाऊंट / social media account पर अपने वेबसाईट का लिंक लगा रखा था। पुस्तक के किन्डल

अनलिमिटिड / kindle unlimited में होने की वजह से मुझे 3 महीने में 5 दिनों के लिए मुफ्त पुस्तक के रूप में उस पुस्तक के प्रचार का अवसर मिला हुआ था। उससे लगभग 40 के करीब निःशुल्क पुस्तकें पाठकों के द्वारा डाऊनलोड कर ली जाती थीं। उसके बाद 4-5 सशुल्क पुस्तकें भी बिक जाती थीं। रीडरशिप के अनुसार किण्डल अनलिमिटेड का फंड वितरित होता रहता है। मैंने एक बार किन्डल अनलिमिटिड को बंद कराकर पोथी डॉट कोम / pothi.com पर भी पुस्तक को डाला। निःशुल्क रूप में तो वहां से 2 महीने के अन्दर 15 पुस्तकें उठ गईं, पर सशुल्क रूप में एक भी नहीं। इसी के साथ ही मैंने स्मैशवर्ड / smashword, डी2 डी / D2D आदि अन्य ई-बुक साईटों पर भी उस पुस्तक को डाला हुआ था। उनमें से तो एक भी पुस्तक डाऊनलोड / download नहीं हुई। अतः मैंने इन सभी साईटों से पुस्तक को हटा लिया, और उसे किन्डल अनलिमिटिड में पुनः ज्वाइन / join करा दिया। किन्डल अनलिमिटिड में रहते हुए किसी दूसरे प्लेटफोर्म / platform पर पुस्तक को पब्लिश / publish नहीं कर सकते हैं। वास्तव में किन्डल ही ई-पुस्तकों का नेता है, विशेषकर भारत में। भारत में लगभग 70% से अधिक ई-पुस्तकें अमेजन / amazon के किन्डल-स्टोर के माध्यम से ही खरीदी जाती हैं। वैसे भारत में कुल पुस्तकों का केवल लगभग 10% हिस्सा ही ई-पुस्तकों के रूप में पढ़ा जाता है। फेसबुक की एड-केम्पेन से मुझे सर्वाधिक बिक्री मिली। उसमें ग्राहकों को सुविधानुसार लक्षित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, मैं अपने ग्राहकों को योग, ई-बुक लवर, किन्डल ई-रीडर आदि शब्दों तक ही सीमित कर देता था। उसमें स्थान को भी लक्षित किया जा सकता है। मैं अपनी पुस्तक को हिंदीभाषी प्रदेशों व क्षेत्रों तक ही सीमित कर देता था। इसी तरह, मैं 25-45 वर्ष के आयु-वर्ग के लोगों को ही लक्षित करता था। पुरुष व स्त्री दोनों को लक्षित करता था। उसमें एक रुपए से लेकर जितने मर्जी रुपए को खर्च करने का निर्देश दिया जा सकता है। डेबिट कार्ड / क्रेडिट कार्ड का डिटेल मैंने उसमें डाल दिया था। फेसबुक / facebook खुद उससे समयानुसार पैसे निकाल लेता था। उसकी ख़ास बात है की उस एड को किसी के द्वारा देखने पर पैसे नहीं कटते, अपितु तभी कटते हैं, जब कोई उस एड के लिंक पर क्लिक करके लैंडिंग पेज पर पहुँचता है। एक क्लिक लगभग डेढ़ रुपए से लेकर पांच रुपए तक की होती है, डिवाईस / device के अनुसार व अन्य अनेक परिस्थितियों के अनुसार। मोबाईल न्यूज़फीड / mobile newsfeed पर संभवतः सबसे महँगी होती है। इसको भी हम सेट / set कर सकते हैं कि किस-2 एप / app (फेसबुक, मेसेंजर या इन्स्टाग्राम) पर कितनी-2 एड दिखानी है। अन्यथा फेसबुक स्वयं ही सर्वोत्तम अनुपात बना कर रखता

है। बाद में तो मैंने फेसबुक पेज (बिजनेस परपस / business purpose) भी मुफ्त में बना लिया। उस पर एड डालना और भी आसान हो गया। मैंने अपने वेबसाईट-ब्लॉग / website-blog को अपने फेसबुक पेज के साथ कनेक्ट / connect कर दिया था। उससे जब भी मैं कोई ब्लॉग-पोस्ट अपनी वेबसाईट पर डालता था, तब वह स्वयं ही उसी समय मेरे फेसबुक-पेज पर भी शेयर / share हो जाती थी। फेसबुक पेज पर एक ऑप्शन / option उस पोस्ट को बूस्ट करने के लिए आता था। एक बार मैंने कौतूहलवश उस बूस्ट-बटन / boost button को दबा दिया। कुछ घंटों बाद मुझे अपनी वेबसाईट पर एकदम से बढ़ी हुई ट्रेफिक मिली। उस सम्बंधित पोस्ट को 45 शेयर मिले हुए थे। वह ट्रेफिक फेसबुक से आ रही थी। जब मैंने फेसबुक खोलकर एड-स्टेटस का पता किया, तो वह उस पोस्ट के लिए एक्टिवेटड / activated थी। लगभग 400 रुपए खर्च हो चुके थे। उस पोस्ट को 32 लाईक्स मिल चुके थे, और उसे 15000 लोगों ने (हरियाणा के, अपने आप सेट) देख लिया था। साथ में मेरी 3-4 पुस्तकें भी बिक चुकी थीं। वह तो बड़े घाटे का सौदा लगा, क्योंकि उन पुस्तकों से 70-80 रुपए की ही कमाई हो पाई थी। मैंने तुरंत उस पोस्ट-बूस्ट की एड को बंद करवा दिया। फिर मुझे इंटरनेट से अतिरिक्त जानकारी मिली की एड-केम्पेन पोस्ट-बूस्ट से कहीं अधिक बेहतर व कम खर्चीली होती है। यह भी पता चला कि पुस्तक प्रचार से अधिकांशतः उतनी कमाई नहीं होती है, जितना उस पर खर्चा आता है।

टाईपिंग आर्ट / टंकण कला- एक अद्भुत शौक

टाईपिंग एक अच्छी होबी/शौक है

लोग सोचते हैं कि टाईपिंग सीखने के लिए किसी विशेष प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है। व्यावसायिक टाईपिंग / professional typing के लिए यह बात कुछ हद तक सही हो सकती है, पर व्यक्तिगत टाईपिंग के लिए अपनी उपयुक्तता के अनुसार, जैसे मर्जी टाईप / type किया जा सकता है। कई लोग मात्र दो उँगलियों से (एक-२ अंगुली दोनों हाथों की) भी बहुत तेज टाईप कर लेते हैं। ऐसे लोगों में बहुत से तो व्यावसायिक टंकण-कर्ता / professional typists भी होते हैं। अंगरेजी में टाईपिंग करते समय वाक्य के पहले अक्षर को कैपिटल में लिखने की आवश्यकता नहीं होती, क्योंकि बाद में टैक्स्ट को सेलेक्ट करके यह काम एकसाथ किया जा सकता है। उसके लिए एम एस वर्ड के टॉप मीनू बार में एक चेंज केस का बटन (Aa) होता है। उसके ऑप्शन सेंटेंस केस को क्लिक करके डोकुमेंट के सेलेक्टड टेक्स्ट के सभी वाक्यों का प्रथम अक्षर खुद ही केपिटल हो जाता है। टाईप करते हुए, पैराग्राफ / paragraph की पहली लाइन को इंडेंट-स्पेस / indent-space देने के लिए कीबोर्ड / keyboard की टैब की / tab key नहीं दबानी चाहिए, क्योंकि टेब की से बनी हुई स्पेस को ईबुक में स्वीकार नहीं किया जाता। एंटर बटन / enter key केवल नए पैराग्राफ को शुरू करने के लिए ही दबाना चाहिए, अन्यथा नहीं। कईयों को टाईप करते हुए हरेक लाइन के अंत में एंटर की दबाने की गलत आदत होती है। उससे एम एस वर्ड / ms word हरेक लाइन को एक नए पैराग्राफ की तरह लेता है, जिससे पैराग्राफ से सम्बंधित बहुत सी सेटिंग्स / settings गड़बड़ा जाती हैं। पैराग्राफ की पहली लाइन के इंडेंट (पेज के लिखित भाग के बाएँ किनारे से उस विशेष लाईन के प्रारम्भ की दूरी) को पैराग्राफ की सेटिंग से निर्धारित करना चाहिए। उसके लिए इंडेंटेशन / indentation ऑप्शन में जा कर स्पेशल / special के अंतर्गत फर्स्ट लाइन / first line को सेलेक्ट करना चाहिए, और उसकी इंडेंट स्पेसिंग को 0.5 सेंटीमीटर पर एडजस्ट / adjust कर देना चाहिए। इससे प्रत्येक पैराग्राफ की पहली लाइन 0.5 सेंटीमीटर अन्दर से ही शुरू होगी। वास्तविक पुस्तक के शुरू होने से पहले के पुस्तक-परिचय आदि के भाग में फर्स्ट लाइन इंडेंट अच्छा नहीं लगता, इसलिए उस भाग को सेलेक्ट / select करके फर्स्ट लाइन इंडेंट को शून्य कर देना चाहिए। वहां पर एक पैराग्राफ को दूसरे पैराग्राफ से विभक्त करने के लिए, पैराग्राफज / paragraphs के बीच में अतिरिक्त स्पेस / additional space (लाईनों के बीच में स्पेस से ज्यादा) दे देना चाहिए। इसके लिए

पैराग्राफ सेटिंग के इंडेंटस एंड स्पेसिंग / indents and spacing बटन के ऑप्शन स्पेसिंग / spacing के अंतर्गत बिफोर या आफ्टर / before or after को सेलेक्ट करके उसमें यथावश्यक इंडेंट स्पेसिंग भर दी जाती है। कई बार ऐसा करते हुए, पूरे डोकुमेंट / document की पैराग्राफ सेटिंग भी वैसी ही हो जाती है। उसको दूर करने के लिए बार-२ अनडू / undo बटन को दबाते हुए उस नई सेटिंग को सेलेक्ट किए गए, पुस्तक के प्रारम्भिक भाग तक ही सीमित कर देना चाहिए। एमएस वर्ड का फाईन्ड एंड रिप्लेस / find and replace फंक्शन / function भी बहुत लाजवाब होता है। पूरे बुक-डोक्युमेंट / book-document में बारम्बार हुई किसी भी शब्द / लेख की गलती एक बार में ही वहां से दूर हो जाती है। यहाँ तक कि कॉमा, पूर्णविराम-डंडे के पहले या बाद के स्पेस को भी वहां से ठीक किया जा सकता है। पैराग्राफ के अतिरिक्त ब्रेक को भी इससे एकसाथ ठीक किया जा सकता है। एंटर दबाने से एक पैराग्राफ ब्रेक बनता है। इसको हटाने के लिए फाइंड में ^p^p टाईप करें, व रिप्लेस में ^p टाईप करें।

हिंदी में टाईप करने के लिए गूगल इनपुट-हिंदी सर्वोत्तम टूल है

गूगल हिंदी इनपुट / google hindi input में हिंदी के पूर्णविराम-डंडे का चिन्ह नहीं होता, इसलिए अंग्रेजी के डॉट से काम चलाना पड़ता है। हम फाईन्ड एंड रिप्लेस फंक्शन में फाईन्ड / find के स्थान पर डॉट / dot व रिप्लेस / replace के स्थान पर पूर्णविराम-डंडे / full stop bar को टाईप करके 'रिप्लेस आल' / replace all के बटन को क्लिक करते हैं, तो पूरी पुस्तक-फाईल की हजारों रिप्लेसमेंटे / replacements पलक झपकते ही हो जाती हैं। एमएस वर्ड में अंग्रेजी भाषा के लिए तो इनबिल्ट / inbuilt 'स्पेलिंग एंड ग्रामर' / spelling and grammer बना होता है, जिसकी मदद से करेक्शन / correction की जा सकती है, पर हिंदी के लिए ऐसा सोफ्टवेयर / software अभी बना नहीं है। हिंदी टाईपिंग के लिए सबसे अच्छा तरीका है कि बिना मोनिटर स्क्रीन / monitor screen को देखे ही, कीबोर्ड को देखते हुए टाईप करते रहें। कुछ पैराग्राफ टाईप हो जाने पर, उन्हें पढ़ते हुए एकसाथ करेक्शन / correction कर लो। इससे टाईपिंग की स्पीड / speed भी बढ़ जाती है। Ctrl और A कुंजी दोनों को एक साथ दबाकर पूरा दस्तावेज़ चुना जाता है। पाठ / लेख / टेक्स्ट की प्रतिलिपि बनाने के लिए Ctrl और C कुंजी दबाए जाते हैं, और कॉपी किए गए टेक्स्ट को चिपकाने के लिए V कुंजी के साथ Ctrl कुंजी को दबाया जाता है। टाइप किए गए पदार्थ को हटाने के लिए 'पूर्ववत करें / अनडू / undo' बटन दबाएं। लेख को बेहतर या बड़े आकार में

देखने के लिए शीर्ष मेनू पट्टी से फ़ॉन्ट आकार को न बदलें, क्योंकि ऐसा करने से हर बार फ़ाइल सेटिंग बदलती रहेगी, जो कुछ झंझट पैदा करेगी। बेस बार से ज़ूम करके केवल सिंगल बैठक के लिए ही फ़ॉन्ट आकार बढ़ेगा, फॉण्ट सेटिंग में बदलाव नहीं होगा। हर बार जब आप उस फ़ाइल का उपयोग करते हैं, तो भ्रम से बचने के लिए मामले के अनुसार ईबुक या प्रिंट बुक को सेटिंग्स / settings / फोर्मेटिंग / formatting के साथ बैकअप में स्टोर करके रखें, ताकि आपको बार-२ सेटिंग्स को एप्लाई न करना पड़े। कई बार तो पुरानी सेटिंग्स याद भी नहीं रहती, जिन्हें ढूँढने में काफी समय लग जाता है। किसी दूसरे से टाईपिंग कराने की बजाय खुद टाईप करना अच्छा रहता है। औरों को हस्तलेख पढ़ने में कठिनाई हो सकती है, और वे लेख को परिष्कृत भी नहीं कर सकते। खुद टाईपिंग करते हुए, पुस्तक की कमियां भी ध्यान में आती रहती हैं, पुस्तक को विस्तार मिलता रहता है, नए-2 विचार उमड़ते हैं, और पुस्तक पर अच्छी पकड़ बनती है। टाईपिंग भी एक होबी / hobby की तरह ही है। उसे करते हुए मजा आता है, तनाव हल्का हो जाता है, और मन भी शांत हो जाता है। इसी तरह का लाभ दूसरों से अपनी बुक को पब्लिश / publish करवाने की बजाय सेल्फ-पब्लिशिंग / self publishing के माध्यम से खुद पब्लिश करने से मिलता है

प्रिंट पुस्तक की ओर

जैसा कि पिछली ब्लॉग पोस्टों / blog posts में मैंने बताया है कि भारत में केवल 10% पाठक ही ई-पुस्तकों को पढ़ते हैं। अधिकाँश पाठकों को निराश न होना पड़े, इसके लिए पुस्तक के प्रिंट वर्जन / print version को पोथी डॉट कॉम स्वयंप्रकाशन के प्लेटफोर्म / self publishing platform of pothi.com से छापने का निर्णय लिया गया। कभी वह एम एस वर्ड की डॉक्स सी फाईल / Doxc file of MS word को सीधे ही ले लेता था, तो कभी उसे पीडीएफ / PDF में कन्वर्ट / convert करके अपलोड / upload करने की हिदायत देता था। वर्ड फाईल को पीडीएफ में कन्वर्ट करने से पहले प्रिंट बुक के लिए फोर्मेट / format करना जरूरी होता है, क्योंकि पीडीएफ फाईल की फोर्मेटिंग को हम बदल नहीं सकते। इसी तरह वर्ड फाईल को पीडीएफ फाईल में बदलना आसान होता है, पर पीडीएफ फाईल को पुनः वर्ड फाईल में पूरी शुद्धता से बदलना लगभग असंभव सा ही होता है। उसके लिए सब्सक्रिप्शन / subscription पर पीडीएफ एलिमेंट / PDF element को खरीदना पड़ता है। उससे पीडीएफ फाईल को वर्ड फाईल में कन्वर्ट किया जा सकता है। हालांकि उससे आसान, कारगर व मुफ्त का विकल्प ओसीआर है। ओसीआर (ऑप्टिकल रिकोग्निशन सिस्टम) के बारे में आप मेरी अलग से वेबपोस्ट पढ़ सकते हैं। कमियाँ तो रह ही जाती हैं। इसलिए किसी भी लेख की मूल वर्ड फाईल को जरूर बेक अप / स्टोर / back up करके रख लेना चाहिए।

प्रिंट के हिसाब से वर्ड फाईल को अलग से फोर्मेट करना पड़ता है, क्योंकि ई-बुक का फोर्मेट प्रिंट बुक के लिए नहीं चलता। पहले मैं वर्ड के 'पेज सेटअप / page setup' पर गया। वहां पर 'मार्जिन / margin' टेब / tab को प्रेस / press किया। अपर / upper मार्जिन व बोटम / bottom मार्जिन को ०.5 इंच, अन्दर के / इनसाइड मार्जिन को ०.75 इंच, बाहर के / आऊटसाईड मार्जिन को ०.4 इंच, व गटर को ०.3 इंच रखा। गटर पुस्तक के आमने-सामने के पृष्ठों के बीच की नाली होती है, जिसमें कई बार अक्षर दब जाते हैं। इसीलिए उसे पर्याप्त चौड़ा रखा जाता है। मेरे द्वारा 'मिरर मार्जिन / mirror margin' सेलेक्ट किया गया। मिरर मार्जिन किताबों के लिए विशेष होते हैं। इसमें किताब के आमने-सामने वाले पृष्ठ एक-दूसरे के दर्पण-चित्र की तरह दिखते हैं। उसी पेज सेटअप पर पोर्ट्रेट व व्होल डोक्यूमेंट / portrait and whole document को सेलेक्ट किया। साथ में, हेडर / header- ०.2" फ्रॉम टॉप / from top, व फूटर footer-

०.2" फ्रॉम बोटम / from bottom रखा। यह पृष्ठ-सेटअप 300 पृष्ठों वाली मेरी पुस्तक के लिए पर्याप्त है। पृष्ठ संख्याओं में परिवर्तन के साथ, केवल अंदर के मार्जिन और गटर थोड़े-बहुत बदलते हैं, अन्य मार्जिन नहीं। याद रहे कि माइक्रोसोफ्ट वर्ड के 2007 व उसके ऊपर के वर्जन में डिफाल्ट पेज मार्जिन्स चारों ओर 1 इंच (2.54 cm) होता है।

क्रमबद्ध की गई सूचना निम्नलिखित स्क्रीनशॉट चित्र पर देखें-

Screenshot_2018-12-06-12-31-55

फिर में 'पेपर / paper' टेब पर गया। पहले कस्टम साईज / custom size सेलेक्ट किया गया। फिर पेपर वाईडथ / paper width को 6" व पेपर हाईट को 9" रखा, क्योंकि 6"x 9" की पुस्तकें सर्वाधिक लोकप्रिय हैं। उस पर ये सेटिंग्स / settings खुद ही लागू थीं- 'फर्स्ट पेज-डिफाल्ट ट्रे सेलेक्टड / first page default selected, बोथ फॉर फर्स्ट एंड अदर पेजिज / both for first and other pages तथा व्होल डोक्यूमेंट / whole document।

तब में 'लेआऊट / layout' टेब / tab पर गया। सेक्शन स्टार्ट / section start- ओड पेज / odd page। इसका तात्पर्य है कि पुस्तक का प्रारंभ ओड पेज (1,3 आदि) से होगा, जो पुस्तकों में अच्छा लगता है। इसमें पुस्तक के बाएँ पृष्ठ पर ईवन नंबर / even number (2,4 आदि) होता है, और दाएं पृष्ठ पर ओड नंबर की पेज संख्या। वर्ड डोक्यूमेंट की शीर्ष-पट्टी में स्थित हेडर बटन (पुस्तक का शीर्षतम रिक्त स्थान) में जाकर, हेडर में पुस्तक के शीर्षक का नाम लिख दिया गया, और पुस्तक के फूटर में (पुस्तक का निम्नतम रिक्त स्थान) उपशीर्षक का। उससे प्रत्येक पेज पर वे नाम वैसे ही आ गए। एक महत्त्वपूर्ण बात और है। यदि हम वर्ड फाईल में embed fonts ऑप्शन को चालू करें, तो वह पीडीएफ फाईल में सर्वोत्तम तरीके से कन्वर्ट हो जाती है। उससे पीडीएफ को पुनः वर्ड फाईल में कन्वर्ट करना भी आसानी से संभव हो जाता है। इसके लिए word option में जाकर save – embed fonts – embed only the characters used in the document (best for reducing file size), इन बटनों को इसी उपर्युक्त क्रम में दबाएँ। फिर उस फोर्मेटिड बुक रुपी वर्ड डोक्युमेंट को एवरनोट में स्टोर कर दिया गया, ताकि वह

भविष्य में भी काम आता। फिर उस वर्ड डोक्युमेंट को ओनलाईन पीडीएफ कन्वर्टर / online pdf converter से पीडीएफ में कन्वर्ट कर दिया गया। परन्तु उसमें बहुत सी गलतियाँ थीं, विशेषतः बहुत से अक्षरों की बनावट दोषपूर्ण थीं, जो मुझे पुस्तक को पढ़ते हुए चेक करते हुए पता चला। अंततः मैंने गूगल ड्राईव / google drive के पीडीएफ कन्वर्टर का प्रयोग किया। उसमें हिंदी के सभी अक्षर व चिन्ह पूर्णतया शुद्ध निकले। इसके लिए हमें डोक्युमेंट को गूगल ड्राईव पर अपलोड करना पड़ता है। फिर 'ओपन विद / open with' दबाकर पीडीएफ कन्वर्टर एप / app को क्लिक / click करना चाहिए। यदि वह लिस्ट / list में न आए, तो "कनेक्ट न्यू / मोर एप / connect new or more app" को क्लिक करके पीडीएफ कन्वर्टर को सर्च / search करना चाहिए, और उसे लिस्ट में जोड़ देना चाहिए। इसी तरह यदि हम ओपन विद की लिस्ट में गूगल ट्रांसलेट / google translate को क्लिक करें, तो उससे हम डोक्युमेंट को किसी भी भाषा में ट्रांसलेट कर सकते हैं। यद्यपि वह ट्रांसलेशन दोषपूर्ण होती है, इसलिए बाद में उसे हाथ से करेक्ट / correct करना पड़ता है। फिर भी इससे बहुत से समय की व दिमाग की भी बचत हो जाती है। शर्त यह है कि एक बार में अधिक से अधिक लगभग वर्ड के 80 पेज ही ट्रांसलेट हो सकते हैं। इसलिए पुस्तक को टुकड़ों में ट्रांसलेट करना पड़ता है। ओपन विद पीडीएफ कन्वर्टर को क्लिक करके एक विंडो / window आती है, उसमें फिर से ब्राऊस / browse करके कम्प्युटर / computer की किसी ड्राईव / drive में स्टोर्ड उस बुक डोक्युमेंट / stored that book document को फिर से अपलोड करना पड़ता है। तभी "कन्वर्ट / convert" नाम का क्लिकेबल बटन / clickable button आता है। फिर उस पीडीएफ डोक्युमेंट को खोल लें। उसके शीर्ष पर दाईं तरफ एक डाऊन एरो / down arrow का निशान होगा। उसको क्लिक करने से वह डोक्युमेंट कम्प्युटर के डाऊनलोड फोल्डर / download folder में डाऊनलोड हो जाएगा। उस डोक्युमेंट में वही सेटिंगज / फोर्मेटिंग रहेंगी, जो उसके उत्पादक वर्ड डोक्युमेंट में रखी गई थीं।

अब पोथीडॉटकोम / pothi.com में जाएं। लॉग इन / login करने के बाद कहीं पर प्रिंट ओन डिमांड / print on demand बटन पर जाकर उसमें दिए गए निर्देशों का पालन करें, और बुक को पब्लिश कर लें। 1-2 दिन में वह खरीदी जाने के लिए तैयार हो जाएगी। नए-2 स्वयंप्रकाशक के लिए कवर को अपलोड करने से अच्छा तो इनबिल्ट कवर डिजाईनर की सहायता लेना ही ठीक रहता है। उसके लिए अच्छा सा

कवर-फोटो / cover photo or image अपलोड करें। वह कवर फोटो पुस्तक के अंतिम पृष्ठ की पिछली तरफ लग कर बेक कवर back cover बन जाएगा। फ्रंट कवर / front cover पर पुस्तक के शीर्षक, उपशीर्षक, लेखक आदि का नाम लिखें। साथ में, पुस्तक की रिब / rib (पुस्तक की बाईंडिंग वाली केंद्रीय व पीछे की ओर की पट्टी) पर भी शीर्षक व लेखक का नाम लिखें।

प्रिंट ऑन डिमांड से चाहो तो जितना मर्जी बुक की कॉपियां छपवा सकते हो, यहाँ तक कि अकेली पुस्तक भी। परंतु इससे सामूहिक / पारंपरिक छपाई की अपेक्षा पुस्तक कुछ अधिक महंगी पड़ती है। फिर भी इसके अनेक लाभ होते हैं। इससे कागज की बर्बादी नहीं होती, क्योंकि जरूरत पड़ने परही पुस्तक को छपाया जाता है, और एडवांस में पुस्तक को छपाने की आवश्यकता नहीं होती। इससे कुल लागत खर्च में भी बहुत कमी आती है, व पबलिशर की मनमानी भी नहीं चलती।

ओसीआर, ऑप्टिकल रिकोग्निशन सिस्टम, आधुनिक प्रकाशन के लिए एक वरदान

कुण्डलिनी और लेखन कला एक-दूसरे से जुड़े हुए हैं

पाठक सोचते होंगे कि कुण्डलिनी-वैबसाईट में स्वयंप्रकाशन व वेबसाईट-निर्माण के विषय किस उद्देश्य से डाले गए हैं। वास्तव में कुण्डलिनी-साधक को स्वयंप्रकाशन का व वेबसाईट-निर्माण का भी व्यावहारिक अनुभव होना चाहिए। ऐसा इसलिए है, क्योंकि कुण्डलिनी-क्रियाशीलता या कुण्डलिनी-जागरण के बाद दिमाग में मननशीलता की बाढ़ जैसी आ जाती है। उस स्थिति में व्यक्ति एक उत्कृष्ट पुस्तक व वेबसाईट का निर्माण कर सकता है। साथ में, इससे वह खालीपन की नकारात्मकता से भी बच सकता है। प्रेमयोगी वज्र के साथ भी ऐसा ही हुआ।

मैं ओसीआर तकनीक तक कैसे पहुंचा

ओसीआर (ocr) तकनीक से मेरा सामना तब हुआ, जब मैं अपने पिता द्वारा लिखित लगभग सात साल पुरानी एक कागजी पुस्तक का ई-पुस्तक वाला रूप बनाने का प्रयत्न कर रहा था। पुस्तक का नाम था 'सोलन की सर्वहित साधना'। सौभाग्य से उस पुस्तक की सॉफ्ट कोपी प्रकाशक के पास मिल गई। इससे मैं पुस्तक को स्कैन करने से बच गया। साथ में, संभवतः सॉफ्ट कोपी से बनाई गई ई-पुस्तक में कम अशुद्धियाँ होती हैं। वह पुस्तक पीडीएफ फोर्मेट में थी। पहले तो मैं ऑनलाईन पीडीएफ कन्वर्टर की सहायता लेने लगा। मैंने कई प्रकार के कन्वर्टर को ट्राय करके देखा, गूगल ड्राईवर के कन्वर्टर को भी। परन्तु सभी में जो वर्ड फाईल कन्वर्ट होकर आ रही थी, उसके अक्षर तो पूर्णतया दोषपूर्ण थे। वह हिंदी पुस्तक तो कोई चाइनीज पुस्तक लग रही थी। फिर पीडीएफ एलीमेंट का प्रयोग किया। उसमें मुफ्त के प्लान में कुछ ही पेज एक्सट्रेक्ट करने की छूट थी। पेज तो पीडीएफ फाईल से वर्ड फाईल को एक्सट्रेक्ट हो गए थे, पर उन पृष्ठों में पट्टियों, फूलों आदि से सजावट जस की तस बनी हुई थी। वे सजावट की चीजें मुझसे रिमूव नहीं हो रही थीं। कुछ हो भी रही थीं, पर सभी नहीं। अक्षरों की गुणवत्ता भी अधिक अच्छी नहीं थी। मैंने सोचा कि शायद खरीदे जाने वाले प्लान से कोई बात बन जाए। परन्तु जब उसकी कीमत देखी, तो मैं एकदम पीछे हट गया। क्योंकि उसकी न्यूनतम सालाना कीमत लगभग 3000-4000 रुपए की थी।

मुफ्त में उपलब्ध ऑनलाईन फाईल कन्वर्टर से मुझे बहुत सहायता मिली

कई महीनों तक मेरी योजना ठन्डे बस्ते में पड़ी रही। फिर जब मुझे कुछ खाली समय प्राप्त हुआ, तब मैंने गूगल पर सर्च किया। ओसीआर तो मैंने पहले भी पढ़ रखा था, पर मुझे कभी भी पूरी तरह से समझ नहीं आया था। फिर मुझे एक वेबपोस्ट में पता चला कि उसके लिए पुस्तक को स्कैन करना पड़ता है, ताकि पुस्तक का प्रत्येक पृष्ठ एक अलग चित्र के रूप में आ जाए। जैसे ही मैं पुस्तक के स्कैन की तैयारी कर रहा था, वैसे ही मुझे पता चला कि यदि पुस्तक पीडीएफ फाईल के रूप में उपलब्ध हो, तो उसे सीधे ही चित्र-फाईल के रूप में कन्वर्ट किया जा सकता है। मैंने गूगल पर 'पीडीएफ इमेज एक्सट्रेक्शन' से सर्च करके बहुत से ऑनलाईन कन्वर्टर ट्राय किए। उनमें मुझे स्मालपीडीएफडॉटकोम पर उपलब्ध कन्वर्टर सर्वोत्तम लगा। मैंने उसमें एक ही बार में सारी बुक-फाईल अपलोड कर दी। कनवर्शन के बाद सारी बुक-फाईल डाऊनलोड कर दी। उससे कम्प्यूटर के डाऊनलोड फोल्डर में सारी बुक-फाईल क्रमवार चित्रों के रूप में आ गई। सभी चित्र एक जिपड (कंप्रेस्ड) फोल्डर में थे। उस फोल्डर को अन्जिप (विनजिप आदि सोफ्टवेयर से) करने से सभी चित्र एक साधारण फोल्डर में आ गए।

हिंदी भाषा के लिए काम करने वाले कम ही ओसीआर उपलब्ध हैं

फिर मैं उन चित्रों को वर्ड डोक में कनवर्ट करने वाले सोफ्टवेयर (ओसीआर) को गूगल में खोजने लगा। बहुत से ओसीआर ऐसे थे, जो हिंदी भाषा की सुविधा नहीं देते थे। अंत में मुझे वैबसाईट http://www.i2ocr.com पर उपलब्ध ऑनलाईन ओसीआर सर्वोत्तम लगा। वह निःशुल्क था। मैं बुक-चित्रों वाला फोल्डर एकसाथ अपलोड करने की कोशिश कर रहा था, पर नहीं हुआ। फिर मैंने सभी चित्रों को सेलेक्ट करके, सभी को एकसाथ अपलोड करने का प्रयास किया। पर वह भी नहीं हुआ। फिर मुझे एक वेबपोस्ट में पता चला कि बैच एक्सट्रेक्शन वाले ओसीआर कमर्शियल होते हैं, व मुफ्त में उपलब्ध नहीं होते। अतः मुझे एक-२ करके चित्रों को कन्वर्ट करना पड़ा। चित्रों की तरह ही कन्वर्ट हुई डोक फाईलें भी क्रमवार रूप में डाऊनलोड फोल्डर में आ गईं।

इमेज एक्सट्रेक्शन से बनाई गई वर्ड-फाईल की फोर्मेटिंग

फिर मैंने क्रम के अनुसार सभी डोक फाईलों को एक अकेली डोक फाईल में कोपी-पेस्ट कर दिया। पर डोक फाईल में अक्षरों की छोटी-बड़ी लाईनें थीं, जो जस्टिफाई एलाईनमेंट में भी ठीक नहीं हो रही थीं।

फिर मैंने एक वैबपोस्ट में पढ़ा कि एमएस वर्ड के फाईन्ड-रिप्लेस के फाईन्ड सेक्शन में ^p (^ चिन्ह कीबोर्ड की शिफ्ट व 6 नंबर वाली की को एकसाथ दबाने से छपता है) को टाईप करें, व रिप्लेस में खाली सिंगल स्पेस डालें। 'रिप्लेस आल' की कमांड से सब ठीक हो जाता है। वैसा ही हुआ। इस तरह से वह ई-पुस्तक तैयार हुई।

यह ध्यान दिया जाना चाहिए कि यदि बहुत सारी छोटी वर्ड फ़ाइलों को एक साथ जोड़ा जाना है, तो एमएस वर्ड के 'इंसर्ट' की मदद ली जानी चाहिए। 'इंसर्ट' बटन पर क्लिक करने पर बने 'ऑब्जेक्ट' बटन पर क्लिक करें, और इसके कोने पर बने त्रिकोण पर क्लिक करें। अब ड्रॉपडाउन मेनू पर 'फ़ाइल फ्रॉम टेक्स्ट' पर क्लिक करें। एक नया ब्राउज़-विंडो पॉप अप होगा। उस पर वर्ड फ़ाइलों का चयन करें, जिन्हें क्लब किया जाना है। ध्यान रखें कि चयन के क्रम में फ़ाइलों को क्लब किया जाएगा। इसका मतलब है, चयनित समूह में पहली फ़ाइल संयुक्त वर्ड फ़ाइल में पहले आएगी और इसी तरह। मैं एक बार में अधिकतम 10 फ़ाइलों को क्लब करने की सलाह देता हूं क्योंकि मुझे लगता है कि यदि बड़ी संख्या में फ़ाइलों को एक साथ चुना जाता है तो यह सिस्टम त्रुटि पैदा कर सकता है। पर वास्तव में कन्वर्ट होने के बाद कई फाईलें वर्ड फोर्मेट में डाऊनलोड नहीं हो रही थीं। मैं हिंदी भाषा की फाईल को ओसीआर कर रहा था। टेक्स्ट फोर्मेट में वे फाईलें डाऊनलोड हो रही थीं। हालांकि टेक्स्ट फोर्मेट वाली फाईल नोटपैड में ही खुल रही थीं, वर्डनोट में नहीं। टेक्स्ट फाईलों में डाऊनलोड करने का यह नुक्सान है कि उन्हें वर्ड फाईलों की तरह इन्सर्ट-ओब्जेक्ट आदि कमांड देकर एकसाथ क्लब नहीं किया जा सकता। सबको अलग-२ कोपी-पेस्ट करना पड़ता है।

फाईनल फाईल करेक्शन

उस पुस्तक में कई जगह दो अक्षर जुड़े हुए थे। जैसे कि मूल पुस्तक के 'फल का' शब्दों का 'फलका' बन गया था। थोड़ी सी मेनुअल करेक्शन से सब ठीक हो गया। कागजी पुस्तक को सामने रखकर उपयुक्त स्थानों पर पेजब्रेक, लाइनब्रेक, हैडिंग शेप आदि दिए गए, ताकि ई-पुस्तक पूर्णतः मूल पुस्तक की तरह लगती। कवर के व शुरू के कुछ चित्रात्मक पृष्ठों को सीधे ही ई-पुस्तक में इन्सर्ट किया गया। इन कवर फ़ोटो के संपादन के लिए मैंने 'फोटोजेट' के ऑनलाइन फोटो संपादक का उपयोग किया। हालाँकि, संपादित छवि डाउनलोड करने से पहले इस ऐप को फेस बुक पर साझा करना पड़ता है।

Pixlr.com का ऑनलाइन संपादक भी अच्छा है। चित्रों को सीधे कोपी-पेस्ट करने की बजाय एमएस वर्ड की 'इन्सर्ट-पिक्चर' की सहायता ली गई, क्योंकि सीधे कोपी-पेस्ट करने से कई बार ई-बुक में चित्र दिखता ही नहीं।

ओसीआर में कुछ विशेष ध्यान देने योग्य बातें

पुस्तक को स्केन करने से पहले यह देख लें की पुस्तक कितनी पुरानी है। बहुत पुरानी पुस्तकों का ओसीआर नहीं हो पाता। पुस्तक की बाईंडिंग खोलकर प्रत्येक पेज को अलग से सकेन करना पडेगा। पुस्तक को फोल्ड करके स्केन करने से किनारे के अक्षर ढंग से स्कैन नहीं होते, जिससे वे ओसीआर नहीं हो पाते। बाद में आप पुस्तक की पुनः बाईन्डिंग करवा सकते हो। डबल पेज स्कैन करके भी ओसीआर नहीं हो पाता। पेज उसी हिसाब से स्कैनर पर रखना पड़ेगा, जैसा कि आमतौर पर सिंगल पेज रखा जाता है। पेज की लम्बाई स्कैनर की लम्बाई की दिशा में रखी जाती है। पेज सामान्य पुस्तक के पेज की तरह लिखा होना चाहिए, यानी अक्षरों की पंक्तियाँ पेज की चौड़ाई की दिशा में कवर करती हों। स्कैनर पर पेज जितना सीधा होगा, उतना ही अच्छा ओसीआर होगा। इसलिए पेज को स्कैनर-ग्लास की लम्बाई वाली बैक साईड प्लास्टिक बाउंडरी से सटा कर रखा जाना चाहिए। इससे पेज खुद ही सीधा आ जाता है। लैन्थवाईज तो पेज स्कैनर के बीच में आना चाहिए।

फाईल को सुधारने के लिए ओसीआर करने से पहले आसान विकल्प भी आजमा लें

कई बार तो ओसीआर करने की जरूरत ही नहीं पड़ती, क्योंकि फोंट को कन्वर्ट करके काम चल पड़ता है। हर जगह चलने वाला फोंट यूनिकोड है। मैंने एक क्रुतिदेव (krutidev) फोंट में टाईप किए हुए पीडीएफ लेख को वर्ड-लेख में कन्वर्ट किया, परन्तु उसके अक्षर पढ़े नहीं जा रहे थे। फिर मैंने ऑनलाईन फॉण्ट कन्वर्टर में फाईल को डालकर उसके क्रुतिदेव फोंट को यूनिकोड में कन्वर्ट किया। फिर जाकर अक्षर पढ़े गए। १-२ प्रकार के ही अक्षर गलत थे, वो भी कहीं-२ पर ही। थोड़ी सी मेहनत से लेख मैंने करेक्ट कर दिया। वह मेहनत ओसीआर में लगने वाली मेहनत से काफी कम थी। फिर भी ओसीआर दुबारा टाईप करने से बहुत ज्यादा आसान है।

भविष्य की तकनीक 'हैण्ड टैक्स्ट रिकोग्निशन'

इससे आगे की तकनीक हाथ से लिखे लेख को ओसीआर करने की है। इसे 'हैण्ड टैक्स्ट रिकोग्निशन' कहते हैं। परन्तु यह पूरा विकसित नहीं हुआ है। इस पर खोज जारी है। हालांकि डब्बों वाले कागजी फोर्मेट में एक-२ डब्बे में एक-२ अक्षर को डालने से यह तकनीक काम कर जाती है। तभी तो सेवा-भरती या पंजीकरण आदि के अधिकाँश परिचय-फॉर्म भरने के लिए डब्बों वाले फोर्मेट का प्रयोग किया जाता है।

ई-बुक के लिए कवर डिजाइनिंग- स्वयम्प्रकाशन का एक मूलभूत आधारस्तम्भ

दोस्तों, यदि अनुभवों को सबके साथ साझा करने की कला न आए, तो उन अनुभवों का विशेष महत्त्व नहीं होता। वे अनुभव उसी अकेले आदमी तक सीमित रह जाते हैं, और उसी के साथ नष्ट हो जाते हैं। भारत में कभी अध्यात्म का परचम लहराया करता था। आध्यात्मिक विद्याएं अपने चरम पर होती थीं। पर समय के साथ उन विद्याओं को साझा करने की प्रवृत्ति पर रोक लगने लगी। उसके बहुत से कारण थे, जिनकी गहराई में मैं जाना नहीं चाहता। धीरे धीरे करके बहुत सी आध्यात्मिक विद्याएं विलुप्त हो गईं। आजकल के समय में वैबसाइट और ई-पुस्तक अनुभवों को साझा करने के सबसे महत्त्वपूर्ण साधन हैं। इसलिए वैबसाइट निर्माण व स्वयम्प्रकाशन की मूलभूत जानकारी सभी को होना जरूरी है। ईपुस्तक का आवरण ईपुस्तक का सबसे महत्वपूर्ण अंग है।

यह नहीं भूलना चाहिए कि कोरोना वायरस लोकडाऊन के कारण ईबुक्स की मांग में बढ़ौतरी हुई है, और आगे भी होगी। पब्लिशिंग हाऊस भी अच्छा डिस्काउंट ऑफर दे रहे हैं। ब्लयू हिल्स पब्लिकेशन वाले भी 50% से ज्यादा का डिस्काउंट दे रहे हैं।

ईपुस्तकों का आवरण आकर्षक होना चाहिए

कभी समय था जब लोग बिना आवरण की पुस्तकों को पढ़ा करते थे। उनका मुख्य उद्देश्य पुस्तक की पाठ्य सामग्री होती थी, आवरण नहीं। अब समय बदल गया है। आजकल लोग आवरण की चकाचौंध में पुस्तक की पाठ्य सामग्री को भूल जाते हैं। अनेकों बार उत्कृष्ट किस्म की पुस्तक भी आवरण की कमी से कामयाब होने में बहुत लंबा समय ले लेती है, जबकि निम्नकोटि की पुस्तक भी आवरण की चकाचौंध में जल्दी ही कामयाब हो जाती है। इसका कारण यह नहीं है कि लोगों को निम्न कोटि की पुस्तक से कोई विशेष लाभ मिलता है। असली कारण तो ई पुस्तकों तक पूरे विश्व की पहुंच है। अगर 20 करोड़ पाठकों में से एक लाख लोग भी आवरण की ठगी का शिकार हो गए, तो पुस्तक तो कामयाब हो गई। दूसरा कारण ई पुस्तकों का सस्ता होना है। तीसरा कारण आजकल का भौतिकवाद औऱ जीवन जीने का बाहरी नजरिया है।

केनवा डॉट कॉम मुझे पुस्तक आवरण बनाने वाली सबसे अच्छी वैबसाइट लगी

आपको हैरानी होगी कि मुझे आवरण बनाना सीखने में 3 साल लग गए। केनवा डॉट कॉम ने मेरा वह काम बहुत आसान कर दिया। 3 साल तक मेरी पुस्तकें केडीपी के बने बनाए बुक कवर के सहारे रहीं।

हालाँकि वे कवर सुंदर व प्रोफेशनल नहीं लगते। एक पुस्तक का कवर मैंने एडोबे डॉट कॉम के फोटो एडिटर पर बनाया। उसमें सभी काम खुद करने होते थे, जैसे कि फ़ोटो पर टेक्स्ट लिखना और उसे मनचाहा एडिट करना। वह भी प्रोफेशनल नहीं लगा। एक दूसरी पुस्तक की कवर फोटो पर एडोबे से तितली, फूल आदि चिपकाए। उस फोटो को केनवा डॉट कॉम पर एक बैकग्राउंड प्लेन पेपर पर चिपका दिया। मैं केनवा डॉट कॉम की कार्यप्रणाली को समझ नहीं पा रहा था। केनवा को समझने का मौका मुझे तब मिला जब मैंने 6000 रुपये देकर अपनी एक पुस्तक के लिए ब्लयू हिल्स पब्लिकेशन से बुक कवर बनवाया और पुस्तक को प्रोमोट करवाया। पब्लिशर ने मेरी बाकि की 8 पुस्तकें देखकर कहा कि उनके बुक कवर प्रोफेशनल नहीं लग रहे थे। वैसे भी कुछ पाने के लिए कुछ खोना तो पड़ता ही है।

केनवा डॉट कॉम पर कवर डिजाइनिंग कैसे करें

सबसे पहले वैबसाइट पर अपना अकाउंट बनाओ औऱ लॉग इन करो। होम पर जाओ। यहां ऑल योवर डिजाइन में आपके पहले के बनाए सभी डिजाइन होंगे। एक कस्टम डाइमेंशन का बटन होता है। इसमें हम किसी भी साईज (पिक्सेल लंबाई बाय पिक्सल चौड़ाई) का कवर बना सकते हैं। यह इसलिए जरूरी है क्योंकि हरेक स्वयम्प्रकाशन के प्लेटफार्म पर अलग आकार की डिमांड होती है। केडीपी , किंडल डायरेक्ट पब्लिशिंग पर 2500 बाय 1600 पिक्सेल आकार की जेपीजी इमेज पर स्वीकार्य होती है। यदि ईबुक कवर वाले दूसरे ऑप्शन पर क्लिक किया जाए तो छोटे आकार की कवर (लगभग 800 बाय 200 पिक्सेल) बनती है। उसका साईज फिर अलग सॉफ्टवेयर से बढ़ाना पड़ता है। मुझे इसके लिए इमेजरिसाईज डॉट कॉम सर्वोत्तम व आसान लगा। ईबुक कवर या कस्टम डाइमेंशन बटन को क्लिक करके एक ड्रॉप डाऊन मीनू खुलता है। उस पर सबसे ऊपर टेम्पलेट बटन है। उससे पुस्तकों के सैंकड़ों किस्म के बने बनाए डिज़ाइन खुलते हैं। मनपसंद डिज़ाइन के टेम्पलेट पर क्लिक करने से वह दाईं तरफ की वर्किंग विंडो में आ जाती है। लेफ्ट ड्रॉपडाउन मीनू से अपलोड बटन दबाने से आपके द्वारा अपलोड की गई सभी फ़ोटो दिखेंगी। अपलोड एन इमेज पर क्लिक करके कम्प्यूटर से मनचाही फोटो को अपलोड करें। उस फ़ोटो को माऊस के लेफ्ट बटन से ड्रेग करके वर्किंग विंडो की सेलेक्टिड टेम्पलेट पर ड्रॉप कर दें। सीधा ड्रॉप करने से वह टेम्पलेट के बैकग्राउंड पर चिपक जाएगी। उस फोटो को छोटा या बड़ा किया जा सकता है। उस फोटो को टेम्पलेट का बैकग्राउंड बनाने के लिए ड्रैग की गई फोटो को माऊस से टेम्पलेट पर इधर-उधर चलाओ। एक पोजीशन पर टेम्पलेट के बॉर्डर ग्रीन से हो जाएंगे और

फोटो पूरी टेम्पलेट पर फैलकर उसके बैकग्राउंड के रूप में हाईलाइट होने लगेगी। वहां पर माऊस को छोड़कर उस फोटो को ड्रॉप कर दो। इससे वह फोटो टेम्पलेट का बैकग्राउंड बन जाएगी। नीचे दी गई इमेज में पॉलीहाउस वाली फ़ोटो बैकग्राउंड का काम कर रही है। हालांकि टेम्पलेट के हैडिंग, सब-हैडिंग आदि सभी टेक्स्ट, मुख्य लाईनें व बॉक्स आदि वैसे ही रहेंगे। आप इन सभी विजुअल एलिमेंट्स को मनचाहे तरीके से एडिट कर सकते हो या उन्हें हटा सकते हो। आप अपनी पसंद का टैक्स्ट भी जोड़ सकते हो।आप टैक्स्ट के अक्षरों का आकार व उनकी बनावट भी बदल सकते हो। आप टेम्पलेट की ऐसी खाली जगह पर भी टैक्स्ट जोड़ सकते हैं, जहाँ पहले से टैक्स्ट नहीं है। ये सभी सुविधाएं मुफ्त में मिलती हैं। इसमें कवर डिजाइन की विजुअल क्वालिटी बेसिक होती है। पैसे देकर सब्सक्राइब करने पर आपको आपके अपने द्वारा बनाया गया कवर डिज़ाइन हाई डेफिनिशन क्वालिटी में डाऊनलोड करने को मिलता है। इसी तरह से, पैसे देकर बहुत सारी अच्छी टेम्पलेट मिलती हैं।

केनवा पर फोटो डिजाइनिंग के सभी काम किए जा सकते हैं

केनवा पर लोगो, ब्लॉग बैनर, फेसबुक पोस्ट, इंस्टाग्राम फ़ोटो, लोगो, पोस्टर, कार्ड आदि सभी कुछ बनाया जा सकता है। ब्लॉग बैनर वैबसाइट के पेज या पोस्ट की फीचर्ड इमेज को कहते हैं। लोगो वैबसाइट या फेसबुक पेज के शुरु में एक छोटी सी गोलाकार फोटो के रूप में होता है। केनवा पर फोटो बैकग्राउंड को ट्रांसपेरेंट भी किया जा सकता है, पर शायद पेड सब्सक्रिप्शन के साथ। मोबाइल के लिए केनवा एप भी उपलब्ध है।

भाग. 2- वैबसाईट निर्माण

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास (क्विक प्रिंट, वेबसाईट की शुरुआत, लैंडिंग पेज, वेबसाईट थीम, स्टेटिक पेज)

मैंने अपनी पुस्तक को लिख कर तैयार कर लिया था। चार-पांच बार पढ़कर सभी अशुद्धियों को भी ठीक कर दिया था। पिछली पोस्टों में मैं यह बताना भूल गया कि मुझे क्विक प्रिंट से भी बहुत सहायता मिली। क्विक प्रिंट की सुविधा पोथी डॉट कॉम द्वारा दी जाती है। उसमें पुस्तक को साधारण तरीके से प्रिंट करके शीघ्रतापूर्वक उसे लेखक के बताए पते पर पहुंचा दिया जाता है। उसमें बुक की वर्ड फाईल को ज्यादा फोर्मेट करने की आवश्यकता नहीं होती। केवल पेज के मार्जिन ही सुविधानुसार निर्धारित किए जाते हैं। वर्ड के डिफाल्ट पेज मार्जिन (मतलब स्वयं के) चारों ओर 1 इंच (2.54 सेंटीमीटर) होते हैं। इनसाईड मार्जिन तो यह ठीक है, पर अन्य किनारों के लिए यह मर्जिन अधिक है, जिससे कागज़ की बर्बादी होती है। यह असली पुस्तक तो होती नहीं, केवल करेक्शन के लिए ही निकाली गई होती है। इसलिए अन्य मार्जिन्स को आप 1 या आधा सेंटीमीटर पर भी सेट कर सकते हो। संभवतः कहीं प्रिंट करते समय शब्द न कट जाएं, इसलिए कम से कम 1 सेंटीमीटर तो होना ही चाहिए। इसी तरह यदि करेक्शन करने के लिए अधिक स्थान चाहिए, तो आप लाइन स्पेसिंग को 1.5 पर भी सेट कर सकते हो। अन्य कुछ भी करने की आवश्यकता नहीं होती। फिर उस वर्ड फाईल को गूगल ड्राईव की सहायता से पीडीएफ में बदल दिया जाता है। उस पीडीएफ फाईल को ही पोथी डॉट कॉम पर अपलोड कर दिया जाता है। वास्तव में प्रिंट फॉर्म में करेक्शन करना कम्प्युटर में सीधे करेक्शन करने से बहुत आसान, सटीक, सुविधाजनक व त्वरित होता है। पुस्तक के अतिरिक्त कोई भी डोक्युमेंट पोथी डॉट कोम से मंगाया जा सकता है, घर बैठे-२ ही, वह भी मनचाही गुणवत्ता व बाईंडिंग में। 2 बार क्विक प्रिंट बुक में करेक्शन करने के बाद जब मैं आश्वस्त हो गया, तब मैंने बुक को फुल प्रिंट के लिए फोर्मेट किया, और उसकी डिलीवरी के लिए डिमांड दे दी। फुल प्रिंट बुक को भी मैंने दो बार करेक्ट करने के बाद ही फाईनल समझा। अब जाकर मेरी पुस्तक पूर्ण रूप से तैयार हुई थी। वेबसाईट तो मैंने बहुत पहले से बना ली थी, यद्यपि वेबसाईट का युद्धस्तर पर निर्माण तो पुस्तक की पूर्णता के बाद ही शुरू हुआ, क्योंकि तब मुझे अतिरिक्त समय उपलब्ध हो गया था।

वेबसाईट-निर्माण का मेरा सफर निम्नलिखित प्रकार का था। मुझे जब पुस्तक के प्रचार की आवश्यकता महसूस हुई, तब मैंने एक लेंडिंग पेज बनाने की सोची। जैसा कि पिछली पोस्टों में भी मैंने बताया है कि लेंडिंग पेज एक ऐसा वेबपेज (वेबसाईट का पेज) होता है, जिस पर पुस्तक के बारे में सम्पूर्ण विवरण हो, संभावित पाठकों को पुस्तक पढ़ने के लिए प्रेरित किया जा रहा हो, और जिस पर उस पुस्तक को बेचने वाली व्यापारिक वेबसाईट का लिंक-पता दर्ज हो। गूगल पर सर्च करने पर लैंडिंग पेज के लिए बहुत सी सशुल्क पेशकशें दी जा रही थीं। कोई कम खर्चे वाली थीं, तो कुछ अधिक खर्चे वाली। फिर भी मुझे तो वह खर्चा अधिक ही लगा, और साथ में लैंडिंग पेज की उतनी साज-सज्जा की आवश्यकता भी मुझे महसूस नहीं हुई, जितनी का वे दावा कर रहे थे। मुझे तो एक साधारण लैंडिंग पेज ही चाहिए था। उसके लिए सर्वोत्तम व मुफ्त का तरीका तो मुझे वेबसाईट-निर्माण का ही लगा। वास्तव में बहुत सी कम्पनियां मुफ्त की वेबसाईट बनाने का ऑफर देती हैं, जैसे कि वर्डप्रेस डॉट कॉम, जिम्डो डॉट कॉम आदि-२। इनमें वर्डप्रेस डॉट कॉम काफी जानी-मानी व गुणवत्तापूर्ण वेबसाईट-निर्मात्री कंपनी है। इसलिए मैंने उसे ही चुना। 10 मिनट में ही सिंपल स्टेप्स में वह बन कर तैयार हो गई। पहले तो मुझे पता ही नहीं चला कि उसमें करना क्या था। मैंने एक-दो पोस्टें लिखीं, जो न जाने कहाँ खो जाती थीं। कभी दिख जाती थीं। फिर धीरे-२ मुझे आभास हुआ कि मुझे किसी मुफ्त की थीम को एक्टिवेट करना था। वेबसाईट-थीम वास्तव में वेबसाईट का दिल होती है। यह निर्धारित करती है कि वेबपेज कैसा दिखेगा। उस पर फोटो कौन सी होगी, विभिन्न बटन कहाँ-२ व कौन-२ से ऑप्शन होंगे।

थीम को एक्टिवेट करने से मेरा वेबसाईट-निर्माण का लगभग 90% काम पूरा हो गया था। बाकि का 10% काम तो अब उसमें विभिन्न विजेट (जैसे कि कोपीराईट का, लीगल डिस्क्लेमर का, शेयरिंग का आदि-2) को एप्लाई करना था। कई थीमों में केवल साईडबार-विजेट-एरिया ही होता है, फुटबार-विजेट-एरिया नहीं। धीरे-२ वह काम भी होता रहा। सर्वप्रथम मुख्य काम तो वेबपेज पर लिखित सामग्री को डालना था। मैंने अपनी ई-पुस्तक से ही पुस्तक-परिचय आदि को कोपी करके होमपेज पर पेस्ट कर दिया। होमपेज को ही मैंने लेंडिंग पेज बना दिया। इसके लिए होमपेज को स्टेटिक पेज बनाना पड़ता है। उससे वह स्थिर बना रहता है, और समय-२ पर डाली गई पोस्टें उस पर नहीं आतीं, अपितु एक

अलग पेज “माय पोस्ट पेज” पर छपती रहती हैं। क्या आपको भी वेबसाईट बनाते हुए ऐसी ही समस्याएँ पेश आईं?

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-2 (मुख्य कंट्रोल बटन, वेबसाईट के प्रकार, वेब पोस्ट को बनाना)

होमपेज बनाने के बाद हम जो भी पेज बनाते हैं, वे होमपेज के साथ जोड़े जा सकते हैं, अन्यथा वे स्वतन्त्र पेज के रूप में विद्यमान रहते हैं। वेबसाईट के डिजाइन आदि का सारा निर्माण कस्टमाईज बटन से ही होता है। उस कस्टमाईजर पर एक थीम बटन भी होता है, जिससे हम थीम (बेसिक आऊटले) का चुनाव कर सकते हैं। वेबसाईट के निःशुल्क प्लान में बहुत साधारण मुफ्त के थीम मिलते हैं, जिन पर अक्षरों की चमक व बनावट भी साधारण दर्जे की होती है। सशुल्क प्लान में सबसे सस्ता पर्सनल प्लान होता है, जिसकी थीम कुछ बढ़िया होती है, फिर भी अक्षरों को अधिक बनावट नहीं दे सकते, और न ही वेबसाईट चमक-दमक वाली लगती है। प्रीमियम प्लान में ये कमियाँ नहीं होतीं। उसका शुल्क भी अधिक होता है। वर्डप्रेस कम्पनी में इसका सालाना शुल्क लगभग 4000 रुपए होता है। पर्सनल प्लान का मूल्य 3000 रुपए होता है। प्रीमियम प्लान में सीएसएस कोड का प्रयोग किया जा सकता है, हेडर इमेज व साईडबार आदि की चीजों को भी एडजस्ट किया जा सकता है। सीएसएस कोड कंपनी की कस्टमर केयर सर्विस से प्राप्त किए जा सकते हैं। बिजनेस प्लान में कुछ अधिक नहीं, केवल अधिक बढ़िया बिजनेस थीम मिलती हैं, उसमें विभिन्न प्लगइन (जो छोटे-मोटे काम करते हैं) भी इंस्टाल किए जा सकते हैं, तथा उस पर विज्ञापन भी डाले जा सकते हैं। विज्ञापन तो प्रीमियम प्लान पर भी डाले जा सकते हैं। यद्यपि पैसे कमाने बहुत कठिन हैं उससे। लगभग 280 रुपए प्राप्त करने के लिए लगभग 10000 वियू चाहिए। यदि कोई मशहूर वेबसाईट आपकी किसी पोस्ट को लिंक कर ले, तब तो बल्ले ही बल्ले। इसलिए अच्छी पोस्टें लिखें। इसमें वेबपेज के बेस पर फूटर क्रेडिट (वर्डप्रेस का) भी नहीं होता, पर उससे विशेष फर्क नहीं पड़ता। बिजनेस प्लान बहुत महँगा होता है, लगभग 8000 रुपए प्रतिवर्ष। प्रीमियम व बिजनेस प्लान में पेमेंट बटन भी बनाया जा सकता है, जिससे हम कुछ भी ऑनलाईन बेचकर पेमेंट रिसीव कर सकते हैं। निःशुल्क प्लान में कस्टम डोमेन भी नहीं मिलता। उदाहरण के लिए मेरी वेबसाईट का कस्टम (स्वयं चुना गया) डोमेन demystifyingkundalini.com है। परन्तु जब यह निःशुल्क प्लान में थी, तब इसका डोमेन demystifyingkundalini.wordpress.com था। यदि एक साल वेबसाईट को सब्सक्राईब करके अगले साल पेमेंट न की जाए, तो केवल अतिरिक्त सुविधाएं ही हटेंगी संभवतः, free प्लान वाली सुविधाएं तो हमेशा के लिए रहेंगी। कस्टमाईज को दबाकर

निम्नलिखित बटन आते हैं- साईट आईडेंटीटी (इससे वेबसाईट की पहली मुख्य व शीर्ष पंक्ति लिखी जाती है, जो पूरी वेबसाईट का संक्षिप्त व प्रभावशाली विवरण दे), फोंटस (इससे अक्षरों के प्रकार / बनावट को चुना जाता है), कलर्स एंड बेकग्राऊंड (इससे पेज के बेकग्राऊंड का स्टाईल व कलर चुना जाता है), हेडर इमेज (इससे उस मुख्य इमेज को चुना जाता है, जो प्रत्येक वेबपेज पर स्वयं लगी रहती है), मीनू (इस पर पेज व सबपेज को नाम दिए जाते हैं, और सबपेज बनाए जाते हैं), सीएसएस (जिस पर कुछ व्यक्तिगत व इच्छानुसार संरचना के लिए कोड लिखे जाते हैं), विजेट (वेबसाईट के विभिन्न अवयवों जैसे कोपीराईट, डिस्क्लेमर, लिंक, ब्लॉग स्टेट, फोलो ब्लॉग, फोलो अस आदि यहाँ से चुने व बनाए जाते हैं)। ये साईडबार में भी व फुटबार में भी, चुनाव के अनुसार जोड़े जा सकते हैं, होमपेज सेटिंग (यहाँ पूर्वोक्तानुसार होमपेज को ही स्टेटिक बनाया जाता है, लेटेस्ट पोस्ट वाले पेज को नहीं)। सभी पेज यहाँ पर एड किए जा सकते हैं, अन्यथा वेबपेज होमपेज से पृथक ही रहेगा। सबसे मुख्य व प्रथम पेज को ही यहाँ होमपेज बनाया जाता है, अन्य पेज तो उसके बाद उसमें जुड़े होते हैं, जिन्हें विषयानुसार हम कुछ भी नाम दे सकते हैं। वास्तव में एक वेबपेज 1500 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए, तभी वह इंटरनेट के कम सिग्नल पर भी जल्दी खुल जाता है। यदि होम पेज या अन्य कोई भी वेबपेज बड़ा हो, तो उसे सबपेजों में डिवाईड किया जा सकता है, और नाम ऐसे लिखे जा सकते हैं, जैसे होम 1 (पेज का विषय), होम 2 (—-) आदि-2। वेबसाईट के मूल डोमेन यूआरएल / एड्रेस (जैसे कि demystifyingkundalini.com को सर्च इंजन में डालकर होमपेज ही खुलता है। ये ही मुख्य बटन होते हैं।

सभी सशुल्क प्लानों में कस्टमर केयर की अच्छी सुविधा होती है, जिसमें चेटिंग व ईमेल के माध्यम से सभी कुछ पूछा गया विस्तार व स्पष्टता से समझाया जाता है। यहाँ पर वर्डप्रेस नामक वेबसाईट प्लेटफोर्म का विवरण दिया जा रहा है। यह उपरोक्त कस्टमाईज बटन, w बटन को दबाकर आता है। अन्य बटन जो उस लाईन में होते हैं, वे निम्नलिखित हैं- स्टेटस- वेबसाईट के विसिटर, वियूस, लाईक्स, कमेंट्स आदि की पल-पल की जानकारी देता है; एक्टिविटी- जब भी वेबसाईट पर जो भी काम किया गया होता है, उसकी समस्त जानकारी देता है; प्लान- वेबसाईट के चल रहे प्लान व अन्य प्लानों की जानकारी देता है, रिन्यूवल ऑप्शन की जानकारी होती है, व सम्बंधित प्लान पर क्या-क्या किया जा सकता है, वह सब जानकारी वहां होती है।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-3 (मुख्य कंट्रोल बटन, वेबसाईट के प्रकार, वेब पोस्ट को बनाना)

वैबसाईट के मुख्य बटन

(4) साईट पेजस- यह हरेक वेबपेज को एक सूचि में दिखाता है। वहां पर हरेक पेज पर उसके एडिट करने का, उसका स्टेट जानने का व उसे ट्रेश में डालने का विकल्प होता है। ट्रेश एक रिसाईकल बिन की तरह होता है, जहाँ से हम वेबपेज को पुनः प्राप्त कर सकते हैं। इसलिए ट्रेश बिन को कभी खाली नहीं करना चाहिए। उस पर एक पेज को एड (जोड़) करने का भी विकल्प होता है। (5) ब्लॉग posts- वहां पर सभी पोस्टों की सूचि होती है। उन सभी की जांच-परख (एडिट आदि) भी हम उपरोक्तानुसार ही कर सकते हैं। (6) मीडिया- उस पर वेबसाईट के सभी चित्रों की सूचि कुछ क्रियाकलापों के साथ दिखती है। (7) कमेंट्स- इसमें सभी कमेंट्स (पिन्जबेक व ट्रेकबेक के साथ) होते हैं। वहां हम उन्हें एप्रूव या डीस्प्रूव कर सकते हैं। यदि कोई कमेन्ट झूठा / स्पाम लगे, तो उसे एप्रूव नहीं करना चाहिए। वैसे भी ऐसे कमेन्ट खुद ही स्पाम फोल्डर में चले जाते हैं। पिन्जबेक व ट्रेकबेक भी कमेन्ट ही होते हैं, जो तब मिलते हैं, जब कोई हमारी वेबसाईट को अपनी वेबसाईट से लिंक करता है (हमारी वेबसाईट के यूआरएल लिंक एड्रेस को अपनी वेबसाईट पर कोपी-पेस्ट करके)। पिंजबेक व ट्रेकबेक की सहायता केवल वर्डप्रेस नामक सेवाप्रदाता कंपनी ही देती है। (8) फीडबेक- इस पर सभी संदेशों का पूर्ण ब्यौरा होता है, जो कभी भी लोगों ने वेबसाईट को प्रेषित किए हों। (9) वर्डएड्स- जैसा कि पहले भी बताया जा चुका है। (10) शेयरिंग- इस पर वेबसाईट ब्लॉग को अपने फेसबुक, ट्विटर, गूगल अकाऊंट आदि से कनेक्ट या डिसकनेक्ट किया जाता है। कनेक्ट करने से सभी लिखी गईं ब्लॉग पोस्ट एकदम से सभी कनेक्टीड सोशल मीडिया अकाऊंट पर खुद ही शेयर हो जाती हैं।

यह ध्यान रहे कि आजकल पूर्ण वेबसाईट का प्रचलन है। इसमें वेबसाईट व ब्लॉग-पोस्ट, दोनों का लाभ एकसाथ मिलता है। कोई वेबसाईट सिर्फ वेबसाईट ही हो सकती है। इसी तरह कोई ब्लॉग साईट सिर्फ ब्लॉग साईट ही भी हो सकती है। यद्यपि ये कुछ सस्ती हो सकती हैं, पर इनसे मन नहीं भरता। वर्डप्रेस पूर्ण वेबसाईट की सुविधा देती है। उसमें कुछ स्टेटिक पेज वेबसाईट को निर्मित करते हैं, और अन्य पेज ब्लॉग पोस्ट के लिए रखे होते हैं। (11) पीपल- इसमें ये सूचि होती है- टीम (इसमें एडमिन,

एडिटर, औथर, कन्ट्रीब्यूटर लोगों का ब्यौरा होता है। हम इन्हें विस्तार दे सकते हैं), फोलोवर (सभी फोलोवर लोगों का ब्यौरा), इन्वाईटी (बाहर से निमंत्रित किए गए लोग व उनके रोल का ब्यौरा। हम कभी भी किसी को भी इनवाईट करके उसे उपर्युक्त कोई भी रोल दे सकते हैं)। उपरोक्त ही बटन अधिकाँश व मुख्य होते हैं।

वर्डप्रेस पर ब्लॉग-पोस्ट लिखना

जैसा कि पहले भी बताया जा चुका है कि किसी भी वेबपेज के टॉप पर प्लस के निशान वाले कागज़ को प्रेस करके पोस्ट लिखने के लिए एक खाली वेबपेज खुलता है। उसमें सबसे ऊपर टाईटल के लिए अलग जगह होती है। उस पर लिखे गए शब्द खुद ही बड़े आकार में होते हैं। फिर पोस्ट के हरेक पैहरे की हैडिंग को 'हेडिंग-2' में लिखना चाहिए। यदि हैडिंग के अन्दर सब हैडिंग बनानी पड़े, तो उसे 'H3' हैडिंग में लिखें। पूरे लेख को लेफ्ट एलाईनमेंट दें, यदि कविता हो तो सेन्ट्रल अलाईनमेंट दें या लेफ्ट और उसे वर्स ब्लोक में लिखें। आप इस पोस्ट के स्टाईल को देख कर खुद अंदाजा लगा सकते हैं । एमएस वर्ड की तरह वहां पर लिखने की सभी सुविधाएं होती हैं। अच्छा रहेगा यदि मूल पोस्ट को पहले एमएस वर्ड में बना लो, फिर उसे ब्लॉग पेज पर कोपी-पेस्ट करो। फिर छोटी-मोटी कमियाँ वहां पूर्ण करते रहो। ऐसा इसलिए, क्योंकि ब्लॉग पेज पर स्पेलिंग व ग्रामर को ठीक करने की सुविधा नहीं होती, और कई बार तो बीच में लिखने पर पहले से लिखे गए अक्षर कटने भी लग जाते हैं।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-4 (मीडिया को एड करना, रेफरल ट्रेफिक, क्वोरा का महत्त्व, सर्च इंजिन रेंकिंग, वियूशिप, बेकलिंक, वर्डप्रेस क्या है)

पिछले अध्याय में हम वेबपोस्ट को लिखने के बारे में बता रहे थे, जो इस पोस्ट में भी जारी है। कुछ फोटो / वीडियो आदि डालने के लिए टॉप के बाएँ कोने का प्लस निशान दबा कर आए मीडिया बटन को दबाया जाता है।

पूर्वोक्त स्टेटस बटन से हम यह भी देख सकते हैं कि हमारी वेबसाईट की तरफ लोगों को रेफर / निर्देशित करने वाला स्रोत क्या है। जैसे कि क्वोरा या फेसबुक या ट्विटर आदि। वास्तव में प्रारम्भ में रेफरल ट्रेफिक का ही सहारा लेना पड़ता है, क्योंकि सर्च इंजन से ट्रेफिक लगभग शून्य ही होती है। इसके लिए हर सोशल मीडिया पर, फोरम पर, वार्तालाप पर व कमेन्ट पर अपनी वेबसाईट का लिंक डालकर रेफरेंस देते रहना चाहिए। सबसे अच्छा तरीका तो क्वोरा पर प्रश्नों के उत्तर दें, क्योंकि आजकल क्वोरा नंबर एक की प्रश्नोत्तरी वेबसाईट है। वहां पर वेबसाईट का लिंक डालने की सबसे अधिक छूट है, और वहां से रेफरल ट्रेफिक एकदम से मिलनी शुरू हो जाती है, और लम्बे समय तक मिलती रहती है। इसी तरह हम ओनलाईन एप से वेबसाईट का सर्च-रेंक व बेकलिंक स्टेटस भी जान सकते हैं। सर्च इंजन रेंक का मतलब है कि वेबसाईट में स्थित किसी कीवर्ड को गूगल पर सर्च करने पर वह वेबसाईट कौन से पेज पर व कौन से नंबर पर आ रही है। एक पेज पर 10 वेबसाईटें होती हैं। इस तरह के 10 पेज ही सर्च में शो होते हैं। यदि पहले पेज पर वेबसाईट आए तो अच्छी बात है, यदि उस पर भी प्रथम / टॉप की तीन वेबसाईटों में आए तो सर्वोत्तम। की-वर्ड यदि मशहूर होगा, तभी लोग उसे सर्च करेंगे। उदाहरण के लिए, यदि “कुण्डलिनी” शब्द प्रथम पृष्ठ पर आए, तो सर्वोत्तम ट्रेफिक मिलेगी, क्योंकि कुण्डलिनी शब्द बहुत मशहूर है। पर यदि “कुण्डलिनी का रहस्योद्घाटन”, यह शब्द-समूह / की-वर्ड प्रथम पेज पर आए, तो कोई विशेष लाभ नहीं, क्योंकि इस की-वर्ड को खोजने वाले लोग बहुत कम हैं।

सर्च-रेंकिंग वियूशिप से बढ़ती है, और वह वियूशिप भी गूगल सर्च से ही आनी चाहिए, रिफेरल सोर्स से नहीं। वियूशिप का अर्थ है कि प्रति विजिट कितने वियू हैं। यदि वियूशिप कम है, तो इसका अर्थ है कि वेबसाईट बोरिंग है। वास्तव में, सर्च इंजन से आई हुई ट्रेफिक का वियूशिप ही वेबसाईट-रेंकिंग बढ़ाता है,

रिफेरल ट्रेफिक का नहीं। इसी तरह बेकलिंक से भी बहुत अधिक ट्रेफिक मिल सकती है, विशेषतः यदि बेकलिंक प्रसिद्द वेबसाईट से मिला है। बेकलिंक का अर्थ है कि दूसरी वेबसाईट हमारी वेबसाईट को लिंक कर रही है।

वर्डप्रेस डॉट ओर्ग (ओर्ग- ऑर्गेनाईजेशन) के माध्यम से उपलब्ध वर्डप्रेस वास्तव में लाएनेक्स के फ्री विन्डोज़ ऑपरेटिंग सोफ्टवेयर की तरह वेबसाईट बनाने के लिए एक सार्वजनिक व निःशुल्क सोफ्टवेयर है। इसे ओपन सोर्स सोफ्टवेयर भी कहते हैं। यह वेबसाईट के लिए ऐसे ही है, जैसे कम्पयूटर के लिए विंडोज सोफ्टवेयर है। उसे कोई भी सोफ्टवेयर विशेषग्य अपनी कला से सुधार सकता है। इसीलिए वेबसाईट बनाने में कोई खर्चा नहीं आता। परन्तु उससे सम्बंधित कायदे-कानूनों का ज्ञान तो होना ही चाहिए, जैसे कि गूगल को साईट मेप उपलब्ध करवाते रहना, गूगल एनालीटिक को इंस्टाल करना, एसईओ (सर्च इंजन ओपटीमाईजेशन) आदि-२। साथ में, होस्टिंग सर्विस के लिए तो किसी कंपनी को चुन कर, उसे तो शुल्क अदा करना ही पड़ता है। वह कंपनी वेबसाईट का सारा डाटा सुरक्षित रूप से स्टोर करके रखती है, और वेब पर उपलब्ध करवाती है। इन सभी परेशानियों को देखते हुए, वर्डप्रेस डॉट कोम (कोम- कोमर्शियल) नाम की कंपनी बनाई गई। उस कंपनी ने निःशुल्क वेबसाईट सेवाप्रदाता के वर्डप्रेस प्लेटफोर्म के साथ अन्य सभी सेवाएं प्रदान कीं। इससे लोगों को कुछ सस्ते में ही सभी परेशानियों से छुटकारा मिल गया। उनका काम फिर वेबसाईट पर लिखना मात्र ही रह गया। जैसे कि पहले भी बताया गया है कि उनके तीन प्लान हैं।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-5 (विभिन्न वेबसाइट प्लान, वेब पेज / पोस्ट बनाना)

वर्डप्रेस के तीन प्लान हैं, पर्सनल, प्रीमियम, व बिजनेस। पर्सनल प्लान की कीमत 2400 रुपए प्रतिवर्ष है, प्रीमियम प्लान की लगभग 4000 रुपए, व बिजनेस प्लान की लगभग 8000 रुपए । अधिकाँश लोगों के लिए पर्सनल प्लान पर्याप्त है। जो बहुत अधिक आडियो व विडियो पोस्ट लिखते हैं, इंटरनेट पर कुछ बेचकर पेमेंट रिसीव करते हैं, विज्ञापनों से कमाई करते हैं, व ज्यादा ही तड़क-भड़क वाली वेबसाईट-थीम को पसंद करते हैं, केवल उन्हीं के लिए दूसरे प्लान की आवाश्यकता होती है। छोटे प्लान से ट्रेफिक भी अधिक मिलती है, क्योंकि वह जल्दी लोड होती है, और वह सिंपल भी होती है। मुझे तो पर्सनल प्लान ही सर्वश्रेष्ठ लगा। वर्डप्रेस डॉट कॉम के पास एक निःशुल्क प्लान भी होता है, जिसमें वह अपने विज्ञापन डालती रहती है, और कस्टमर केयर की सपोर्ट भी नहीं देती। निःशुल्क प्लान तो कभी नहीं लेना चाहिए, सीखने के लिए भी नहीं, क्योंकि उसमें डाटा गुम होने का डर हमेशा बना रहता है। मेने तो शुरू के 5-6 महीने के लिए निःशुल्क प्लान ही लिया था। जब मेरी ट्रेफिक कुछ बढ़ गई, और डाटा भी बड़ा हो गया, तब मैंने उसे पर्सनल प्लान में अपग्रेड करवाया। उसमें मुझे एक महीने का विंडो-टाईम मिला, जिसमें पुनः डाऊनग्रेड करने पर मुझे पूरा रिफंड वापिस मिलना था। जब मेरी वेबसाईट पूर्णतः तैयार हो गई, तब मैंने उसे प्रीमियम प्लान में अपग्रेड करवाया (उसमें भी एक महीने का विंडो-टाईम था)। पर मैं उसमें छः महीने तक काम करता रहा, और जब मेरा मन भर गया, और उसे निरर्थक समझा, तब मैंने उसे डाऊनग्रेड करवा दिया। अपवाद-स्वरूप मुझे पूरा रिफंड वापिस मिल गया।

अब हम पोस्ट के व वेबपेज के निर्माण के बारे में बात करते हैं। पोस्ट में केटेगरी व टैग बनाने का विकल्प होता है। केटेगरी से पाठकों / वेबसाईट-विजिटरों के लिए पोस्ट तक पहुँचना आसान हो जाता है। जैसे कि कविताओं के लिए कविता नाम से केटेगरी बना कर उसमें सभी कवितायेँ डाली जाती हैं। एक पोस्ट की एक से अधिक केटेगरी भी हो सकती हैं। टैग के रूप में कीवर्ड को लिखा जाता है। जैसे कि कुण्डलिनी से सम्बंधित पोस्ट के लिए कुण्डलिनी, योग, अध्यात्म आदि शब्द टैग के रूप में डाले जाते हैं। टैग से सर्च इंजन को पोस्ट खोजने में आसानी होती है। इसी तरह कमेन्ट , पिन्जबेक, व ट्रेकबेक को एनेबल या डिसेबल करने का विकल्प भी होता है। वेबसाईट में लिंक बनाना बहुत

महत्त्वपूर्ण होता है। लिंक से ही वेबसाईट पूरी दुनिया से जुड़ती है। पोस्ट के एडिट मोड में जाकर सर्वप्रथम एंकर टेक्स्ट को सेलेक्ट किया जाता है। एंकर टेक्स्ट पोस्ट का वह वाक्य या शब्द होता है, जिस पर लिंक की हुई सामग्री जुड़ी होती है, और जिस पर कर्सर रखने से हाथ का निशान बनता है, और जिसको क्लिक करने से लिंकड सामग्री वाला पेज खुल जाता है। एंकर टेक्स्ट को सेलेक्ट करने के बाद टॉप मीनू बार में लिंक के निशान पर क्लिक किया जाता है। उससे वह लिंकड पेज का यू-आर-एल (जो पेज के टॉप वाली गूगल-सर्च-बार में होता है) एड्रेस मांगता है। उस एड्रेस को वहां कोपी-पेस्ट करके सेव कर लिया जाता है। "लिंकड पेज को अलग टेब पर खोलें" वाले विकल्प को न चुनें। इसी लिंक बनाने की कला से ही "नेक्स्ट पेज", "प्रीवियस पेज" आदि क्लिकेबल बटन बनाए जाते हैं। अगले अध्याय में हम पेज जम्प लिंक के बारे में बताएँगे।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-6 (पेज जम्प लिंक, वेबसाईट का नामकरण, वैब पेज का हिस्टरी बटन, w-सेटिंग बटन)

पेज जम्प लिंक भी साधारण लिंक एड्रेस के साथ अतिरिक्त कोड डालकर बनाए जाते हैं। सामान्य तौर पर लिंक को दबाने से लिंकड पेज के टॉप पर ही लेंडिंग होती है। यदि हम पेज के बीच में किसी विशेष पेराग्राफ पर सीधे ही लेंड करना चाहें, तो उसके लिए पेज जम्प लिंक बनाया जाता है। उसके लिए लिंकड पेज के एडिट मोड (एचटीएमएल में, विजुअल में नहीं) में जाकर लक्षित पेराग्राफ के प्रारम्भ में "स्टाईल" अंगरेजी के शब्द के बाद सिंगल स्पेस देकर यह कोड लिखा जाता है, id="कुछ भी लिखो" सिंगल स्पेस—पोस्ट की सामग्री–। फिर जब उस लिंकड पेज का वेब एड्रेस भरा जाता है, तब उसके अंत में, कहीं पर भी बिना कोई स्पेस दिए, हेशटेग के निशान के साथ वही कोड लिखा जाता है, अर्थात #कुछ भी लिखो(जो id के साथ लिखा था)। यह मार्कर कुछ भी व किसी भी भाषा में लिखा जा सकता है, यद्यपि दोनों जगह पर यह एकसमान (समान स्पेसिंग के साथ) होना चाहिए, उपरोक्त लक्षित पेराग्राफ पर भी व उपरोक्त लिंक-निर्माण की एड्रेस बार में भी। अच्छा रहता है यदि पेज से सम्बंधित शब्द ही लिखे जाएं। जैसे कि कुण्डलिनी से सम्बंधित पेज में पहले पेज जम्प लिंक के लिए 'कुण्डलिनी1' व दूसरे के लिए 'कुण्डलिनी2' आदि-2। इसी पेज जम्प लिंक से ही एक ही पेज पर इधर से उधर एक क्लिक मात्र से जा सकते हैं, आवश्यकता के अनुसार, जैसे कि 'गो टू टॉप ऑफ़ पेज' आदि-2। वेबसाईट का नाम वैसा रखना चाहिए, जो वेबसाईट की सामग्री से सर्वाधिक जुड़ा हुआ हो। हफ्ते-दस दिन के अंतराल पर नई व पर्याप्त लम्बी पोस्ट को डालते रहना चाहिए। उससे पाठकों की संख्या बढ़ी हुई रहती है। एक पोस्ट कम से कम 500 सब्दों की तो होनी ही चाहिए। वर्डप्रेस की यदि एक पोस्ट 1500 शब्दों से बड़ी हो, तो उसके टेग में 'Longreads' शब्द जोड़ देना चाहिए, क्योंकि लम्बी पोस्टों के अलग ही दीवाने होते हैं। आप किसी भी आदमी को अपनी वेबसाईट से जुड़ने के लिए न्यौता दे सकते हैं। आप उसे फोलोवर, राईटर, एडमिन आदि कुछ भी बना सकते हैं।

मुझे तो लगता है कि सभी लोगों को अपनी एक वेबसाईट व एक पुस्तक बनानी चाहिए। इससे एक-दूसरे के विचारों का व जिन्दगी का पूरा पता चलता है। वेबसाईट किसी भी त्रुटि से पूर्णतया सुरक्षित रहती है। यदि लिखने में कोई त्रुटि हो जाए, तो उसे हम बिना दिक्कत के कभी भी दूर कर सकते हैं।

किसी भी वेबपेज के एडिट मोड में टॉप पर एक हिस्टरी बटन बना होता है। उस पर वेबसाईट के कई हफ्तों-महीनों के सभी परिवर्तित रूप विद्यमान रहते हैं। हम किसी भी रूप में कभी भी वापिस लौट सकते हैं। यह सुविधा डेस्कटॉप पर ही विद्यमान होती है, मोबाईल डिवाईस पर नहीं। इसी तरह, हम किसी भी वेबपेज को कभी भी ट्रेश बिन में डाल सकते हैं। वह रिसाईकल बिन की तरह ही होता है, और उससे हम वेबपेज को कभी भी वापिस प्राप्त कर सकते हैं। हालांकि एक महीने के बाद ट्रेशबिन खुद ही खाली हो जाता है।

पूर्वोक्तानुसार, टॉप लेफ्ट के मुख्यरूप W-My site बटन के ड्राप डाऊन मीनू के अंत में एक सेटिंग बटन भी होता है। उसमें 5 हैड होते हैं। राईटिंग हैड में जाकर हम अवांछित पोस्ट-केटेगरी को डिलीट कर सकते हैं। डिस्कशन हैड में हम चुन सकते हैं कि हमें कब-२ ई-मेल के माध्यम से नोटिफाई किया जाए।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-7 (डुप्लीकेट कंटेंट, ब्रोकन लिंक, वेबसाईट रेंकिंग, वेबसाईट रिचार्ज, वेब पोस्ट को बूस्ट करना)

डुप्लीकेट कंटेंट के लिए गूगल पेनल्टी लगा सकता है। यदि वेब पर कोई कंटेंट कोपी-पेस्ट किया गया / बिलकुल एक जैसा हो, तो उसे डुप्लीकेट कंटेंट कहा जाता है। इससे बचने का उपाय है कि पसंद किए गए कंटेंट का लिंक ही अपनी वेबसाईट में डालें, कंटेंट नहीं। इससे पाठक कंटेंट तक सुरक्षित रूप से पहुँच जाते हैं। इसी तरह, कभी भी किसी पब्लिश्ड पोस्ट को डिलीट न करें। पोस्ट को डिलीट करने से ब्रोकन लिंक बन जाता है, जिससे वेबसाईट डिफेम हो जाती है। ब्रोकन लिंक वह है, जिस पर क्लिक करने से पेज नहीं खुलता। इससे बचने का तरीका यह है कि पब्लिश की गई पोस्ट के यूआरएल से छेड़छाड़ न करें। इसी तरह अतिथि-लेखक को भी यह स्पष्ट कर दें कि उनका लेख वापिस नहीं होगा, और न ही वे वेब पर उसे अन्य स्थान पर डाल सकते हैं, डुप्लीकेट कंटेंट से बचने के लिए। संभवतः वे उसे फेसबुक पर अपने मित्रों तक सीमित तो रख ही सकते हैं। नई पोस्ट पब्लिश करने के बाद कुछ दिनों तक वेबसाईट पर ट्रेफिक बढ़ जाती है, व पोस्ट के शेयर भी बढ़ जाते हैं। फिर एकदम से ट्रेफिक डाऊन आ जाती है, और शेयर भी रुक जाते हैं। यह गूगल व फेसबुक के रेंकिंग अलोगरिथम के कारण होता है। वेबसाईट पर अधिक परिवर्तन किए जाने पर गूगल अपने सर्च इंजन से एकदम से व थोड़े समय के लिए ट्रेफिक को बढ़ा देता है। वह पाठकों का रिस्पोंस टेस्ट कर रहा होता है, ताकि वेबसाईट को रेंकिंग दी जा सके।

अपने वेबसाईट प्लान के एक्सपायर होने से 1-2 महीने पहले ही रिचार्ज कर लें। यदि आखिरी समय पर रिचार्ज में दिक्कत आने से डोमेन एक्सपायर हो जाए, तो बहुत दिक्कतें आती हैं। वैसे वेबसाईट का पर्सनल प्लान प्रीमियम प्लान से बेहतर होता है, क्योंकि उसमें वेबसाईट साधारण होती है, जिससे उसमें कम कन्फ्यूजन होता है, वह जल्दी से लोड हो जाती है, और उस पर ट्रेफिक भी बढ़ जाती है। फेसबुक पर भी गूगल की तरह ही रेंकिंग अलोगरिथम चलती है। जिस पोस्ट को जितने अधिक रिएक्शन (शेयर, लाईक, कमेन्ट) मिलते हैं, वह उतनी ही फैलती है। शुरू में ओरगेनिक ट्रेफिक (बिना पेमेंट/एड/बूस्ट की) कम होती है, पर धीरे-2 बढ़ जाती है, यदि पोस्ट में दम हो, तो। पोस्ट को लिखने के बाद एक दिन के लिए 40 रुपए न्यूनतम डालकर, उसका बूस्ट करके देख लेना चाहिए। यदि उसे अच्छा रिएक्शन

मिले, तो बूस्ट को बढ़ाया जा सकता है, अन्यथा पैसा खर्च करने से कोई विशेष लाभ नहीं। वैसे असफल मामलों में वियू तो मिल जाते हैं, पर रिएक्शन नहीं मिलते। रिएक्शन ही तो पोस्ट को पंख लगाते हैं। कई बार केवल एकमात्र अच्छी पोस्ट भी वेबसाईट को चार चाँद लगा देती है। सफल बूस्ट के बाद ऑर्गेनिक ट्रेफिक भी बढ़ जाती है। अच्छी पोस्ट तो बिना बूस्ट के भी फैल जाती है, पर बहुत ज्यादा समय ले सकती है।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-8 (डुप्लीकेट कंटेंट, पब्लिश करने की फ्रिक्वेंसी, वेबसाईट ट्रांसफर, रीडर बटन)

मुफ्त के वैबसाईट प्लान में वैबसाईट का मोबाईल के आकार-प्रकार के अनुरूप आकार-प्रकार भी नहीं होता, जिससे ट्रेफिक काफी घट जाती है। कई लोग कहते हैं कि डुप्लीकेट कंटेंट की पेनल्टी से बचने के लिए पोस्ट में केनोनिकल टेग लगाने चाहिए। सच्चाई यह है कि गूगल स्वयं ही वेबपेज / वेब आर्टिकल का सर्वाधिक उपयुक्त रूप सर्च रैंकिंग के लिए चुन लेता है। हाँ, यदि गूगल को डुप्लीकेट कंटेंट का मकसद सर्च रैंकिंग को बढ़ाना लगे, तब वह उस पर पेनल्टी भी लगा सकता है। फिर भी जहाँ तक हो सके, सुरक्षा के लिहाज से डुप्लीकेट कंटेंट से बचना ही चाहिए। गूगल का बोट पोस्ट को डालने के अनुमानित समय पर बार-२ आता रहता है, व नई पोस्ट की खुराक से संतुष्ट होकर ट्रेफिक को बढ़ाता रहता है। इसलिए यदि निर्धारित अंतराल पर पोस्ट न डाली जाए, तो वह भूखा रह जाता है, जिससे वह लम्बे समय तक वापिस नहीं भी आ सकता। इसलिए अच्छा रहता है, यदि निर्धारित समय व अंतराल पर पोस्ट को डालना जारी रखा जाए। सप्ताह में एक दिन व वीकएंड पर जैसे कि शनिवार की शाम को 6 बजे से 9 बजे के बीच में सर्वोपयुक्त समय है, क्योंकि उस समय दुनिया के सभी टाईम जोन के लोग जागते हुए होते हैं, और रिलेक्सड मोड में भी होते हैं। फ्री प्लान में मोबाईल फोन पर वेबसाईट को एडिट भी नहीं किया जा सकता है। वेबसाईट पर पर्सनल पेज भी बनाए जा सकते हैं, जिन्हें कोई और नहीं देख सकता। उस पर अपनी सभी निजी जानकारी डाली जा सकती है।

इसी तरह "नोफोलो" कोड भी नहीं लगाना चाहिए किसी पोस्ट के साथ, क्योंकि इससे लिंक जूस किसी को नहीं मिलता, और नष्ट हो जाता है। यदि लिंक जूस लिंकड वेबसाईट को जाने से रुक भी जाए, तो भी फर्क नहीं पड़ता, क्योंकि दूसरे ब्लोगर भी इस कोड को लगाएंगे, जिससे उनके ब्लॉग का लिंक जूस हमें नहीं मिल पाएगा। संक्षेप में, ट्रेफिक बढ़ाने के शोर्ट टर्म उपायों से बचना चाहिए। इनमें से अधिकांश उपाय तो अवैध ही होते हैं, जिनके कारण गूगल पेनल्टी लगा सकता है। अगर वैबपोस्ट या वेबपेज के लिए नया कंटेंट लिखने की सामर्थ्य न हो, तो अपने पुराने कंटेंट के शब्दों व वाक्यों में थोड़ा परिवर्तन करके, संभवतः उसको दुबारा भी लिख सकते हैं। यद्यपि ऐसा दूसरों के कंटेंट को चुरा कर नहीं करना चाहिए। कई ऐसे जाने-माने इंटरनेट-पुरुष भी हैं, जो दूसरों के कंटेंट से छेड़छाड़ करके ही मशहूर हुए हैं।

यदि बढ़ी हुई ट्रेफिक को निरंतर प्राप्त करना चाहें, तो सप्ताह में दो बार नई पोस्ट डालें।परन्तु इससे यह नुकसान होता है कि पाठकों को नई पोस्ट पढ़ने के लिए अधिक समय नहीं मिलता। ट्रेफिक को निर्बाध रूप से बढ़ा हुआ रखने के लिए भी सप्ताह में दो बार पोस्ट लिखी जा सकती है, परन्तु इससे बार-2 नोटिफिकेशन को प्राप्त करने वाले ई-मेल फोलोवर परेशान हो सकते हैं। यह भी हो सकता है कि वे मानसिक बोझ के कारण पोस्ट को पढ़े ही न।

वैबसाईट को ट्रांसफर भी किया जा सकता है। वेबसाईट को किसी दूसरे आदमी के नाम भी बनाया जा सकता है। कई लोग स्वयं वेबसाईट के मालिकाना हक़ से दूर रहना चाहते हैं, विशेषकर जिन पर पैसों का लेन-देन होता है। सार्वजनिक क्षेत्र के कामगारों को ऐसी वेबसाईट से समस्या आती है, विशेषकर आयकर दाखिले के समय। अन्य कानूनी बाध्यताएं भी होती हैं। ऐसे में वे पत्नी के नाम से वेबसाईट बनाते हैं, और स्वयं उसके एडमिन बन जाते हैं। मालिक (यहाँ पर पत्नि) तो वैसे भी एडमिन होता ही है। कई लोग अपनी वेबसाईट के प्रसिद्ध होने पर उसे पत्नि आदि के नाम ट्रांसफर कर देते हैं। उसके लिए पत्नि का वर्डप्रेस अकाऊंट (वर्डप्रेस प्लेटफोर्म के लिए) बनाना पड़ता है। पत्नि आदि का अंतर्राष्ट्रीय डेबिट कार्ड भी बनाना पड़ता है, जिससे वेबसाईट को रिचार्ज या अपग्रेड किया जा सके। साधारण वेबसाईट को तो सरकारी कर्मचारी भी चला सकते हैं, जिसमें पैसों का लेन-देन न हो, राजनीतिक बयानबाजी न हो, और सरकार की नापसंदगी के लेख न लिखे गए हों। विचारों की अभिव्यक्ति का अधिकार तो सबको है, यद्यपि एक सरकारी कर्मचारी के लिए कुछ शर्तों के साथ। उन विचारों से उसका सरकारी कार्य दुष्प्रभावित नहीं होना चाहिए। यदि लाभान्वित होए, तब तो बहुत अच्छा है।

वर्डप्रेस के टॉप बार के रीडर बटन को क्लिक करके ड्रापडाऊन मीनू खुलता है। उसमें पहला बटन “फोलोड साईट्स” का होता है। उस पर सभी फोलोड साईट्स की पोस्टस दिखती हैं, क्रमवार, सबसे नयी वाली सबसे पहले। उससे निचला बटन “कन्वर्जेशन” का होता है। उस पर जिस किसी भी पोस्ट के कमेन्ट को लाईक किया गया हो, उस पोस्ट के सभी कमेन्ट दिखाई देते हैं, क्रमवार, लाईक्ड कमेन्ट वाली सबसे नयी पोस्ट के कमेन्ट सबसे पहले। उससे निचला बटन “डिस्कवर” का होता है। उस पर वर्डप्रेस-पाठकों द्वारा चुनी गई बेहतरीन पोस्टस दिखाई जाती हैं। उससे निचला बटन “सर्च” का होता

है। उस पर बहुत सी रिकमंड की गई पोस्टस होती हैं। सबसे ज्यादा रेकमंड की गई पोस्टस सबसे पहले होती हैं। उसमें एक सर्च बार भी होती है, जिस पर हम पोस्टस को सर्च कर सकते हैं। उससे निचला बटन “माय लाईक्स” का होता है। उस पर वे सभी पोस्टस होती हैं, जिन्हें लाईक किया गया होता है, क्रमवार, सबसे नयी लाईक की गई पोस्ट सबसे पहले। सबसे नीचे “टेगस” बटन होता है। इस पर हम अपने मनचाहे टेग को एड कर सकते हैं, ताकि हर बार उस टेग पर क्लिक करने से उस टेग वाली पोस्टस खुलती रहें। उदाहरण के लिए, यदि किसी को “कुण्डलिनी” से सम्बंधित विषय पसंद हैं, तो वह “कुण्डलिनी” शब्द को एड कर सकता है।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास, भाग-9 (वेबपेज बनाना व कस्टमाईज करना, विजेट्स)

कोई भी वेबपेज बनाने के लिए "माय साईट" को क्लिक करते हैं। उससे ड्रॉप डाऊन मीनू खुलता है। उस पर "साईट पेजस" नाम से एक बटन होता है। उसके कोने में लिखे "एड पेज" पर क्लिक किया जाता है, जिससे लिखने के लिए एक खाली साईट-पेज खुलता है। उसे लिख कर पब्लिश कर दिया जाता है। वह वेबपोस्ट की तरह किसी ईमेल फोलोवर को डिलीवर नहीं होता, बल्कि वेबसाईट में कहीं गुमनाम पड़ा रहता है। उस वेबपेज को किसी मीनू में या विजेट में एड करना पड़ता है। मीनू में डालने के लिए कस्टमाईजर से प्राईमरी मीनू खोलें। उसमें मीनू के सभी पेज दिखते हैं, और अंत में नीचे एक "एड आईटम" बटन होता है। उस पर क्लिक करने से सभी वेबपेजस की लिस्ट खुल जाएगी। अब उस नए वेबपेज को सेलेक्ट कर लें। वह प्राईमरी मीनू में जुड़ जाएगा। मीनू की सभी आईटम्स को रिओरडर (ऊपर-नीचे) भी कर सकते हैं, और किसी आईटम का ड्रॉपडाऊन लिस्ट के रूप में सबमीनू भी बनाया जा सकता है। इससे यह लाभ होता है की वेबसाईट की साईडबार बहुत लम्बी होकर मेन कंटेंट के नीचे तक नहीं लटकती।

विजेट में वेबपेज को डालने के लिए कस्टमाईज़र से विजेट में जाएं। यथानुसार साईडबार या फुटबार विजेट को सेलेक्ट करें। वेबसाईट में लगे हुए विजेटस की लिस्ट के बोटम पर एक "एड विजेट" नाम से बटन होता है। उस पर क्लीक करके विजेट की एक नई व लम्बी लिस्ट खुलती है। उस पर "पेज" विजेट को चुनें। वह विजेट वेबसाईट के विजेट की लिस्ट में जुड़ जाएगा। अब उस पर क्लिक करके उसे नाम दें। उसमें वेबसाईट के सारे पेज जुड़ जाएंगे, और उनकी एक लम्बी लिस्ट नीचे की तरफ साईडबार में जुड़ जाएगी। उस लिस्ट में वे सभी पेज भी होंगें, जो प्राईमरी मीनू में दिख रहे होंगे। साथ में, इस विजेट की ड्रॉपडाऊन लिस्ट भी नहीं बनती। इससे यह बहुत स्थान घेरता है, जिससे साईडबार बहुत नीचे तक चली जाती है। इससे बचने के लिए डबल साईडबार वाली (दोनों बाईं तरफ, दोनों दाईं तरफ, या एक बाईं व एक दाईं तरफ) वेबसाईट-थीम को भी एक्टिवेट किया जा सकता है। इससे यह नुक्सान हो सकता है कि मेन कंटेंट के लिए जगह काफी कम रह सकती है, मुख्यतया डेस्कटॉप पर। दूसरा उपाय है कि इस विजेट का प्रयोग न करें। उपरोक्तानुसार, प्राईमरी मीनू में ही एक आईटम

“अन्य वेबपेजस” आदि नाम से बना लें। उसमें अतिरिक्त के वेबपेज “एड आईटम” से डालें, व उन्हें रिऑर्डर कर लें। उस “अन्य वेबपेजस” आईटम का सबमीनू बना लें। इससे इसके नीचे के सभी पेज ड्रॉपडाऊन लिस्ट के रूप में आ जाएंगे, जो कम जगह घेरेंगे। अन्य भी बहुत से विजेट होते हैं, जैसे “रीसेंट पोस्टस”, “टॉप पोस्टस एंड पेजस”, “टेक्स्ट” आदि। “टेक्स्ट” विजेट को साधारण सूचना जैसे की कोपीराईट सूचना, व डिसक्लेमर आदि लिखने के लिए किया जाता है।

यदि आप हरेक पोस्ट के ऊपर शेयर की संख्या भी दिखाना चाहते हैं, तो “माय साईट” पर जाएं। ड्रॉपडाऊन लिस्ट में “शेयरिंग” बटन को क्लिक करें। अब उस पर “ऑफिशियल बटन्स” को क्लिक करें। वैबसाईट के मामले में धीरज रखना चाहिए। कभी भी डोमेन नेम व वैबसाईट के विषय को बदलना नहीं चाहिए। डोमेन का नाम भी वैबसाईट के अनुसार ही रखना चाहिए। जैसे कि यह वैबसाईट कुण्डलिनी से सम्बंधित है, इसीलिए इसका डोमेन नाम “demystifyingkundalini” रखा गया है।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास; भाग-10 (विजेट, डाटा-चोरी, स्टेट्स)

अथोरिटी-वैबसाईट वह होती है, जो अपने सम्बंधित क्षेत्र में दबदबा रखती है। यदि किसी ने ब्लॉग लिखकर करोड़ों रुपए कमाए हैं, तो "ब्लॉग से करोड़पति कैसे बने" प्रकार के विषय पर उसकी वैबसाईट अथोरिटी-वैबसाईट कही जाएगी, न कि कोपी-पेस्ट करने वाले व्यक्ति की। इसी तरह, जिसको वास्तविक कुण्डलिनी-जागरण हुआ है, उसीकी कुण्डलिनी-वेबसाईट अथोरिटी वैबसाईट कही जाएगी। परन्तु होता यह है की उसकी वैबसाईट अन्य कुण्डलिनी-वेबसाईटों की बाढ़ के नीचे दब जाती है। वैसे अब गूगल इस बात का उचित संज्ञान ले रहा है, और अथोरिटी वैबसाईट को अधिक महत्त्व दे रहा है।
विजेटस को इस तरह से रिऑर्डर करना चाहिए कि सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण विजेट सबसे ऊपर हो, और सबसे कम महत्त्वपूर्ण सबसे नीचे। पर्सनल वैबसाईट में तो किसी भी प्रकार की पोस्ट को डाला जा सकता है, परन्तु प्रोफेशनल वैबसाईट में एक ही विषय होना चाहिए। ऐसा इसलिए है, क्योंकि पर्सनल वैबसाईट को शौक पूरा करने के लिए बनाया जाता है, पैसे या प्रसिद्धि कमाने के लिए नहीं।
जैसा कि मैंने पहले भी बताया है कि "टॉप पोस्ट" विजेट को इंस्टाल किया जा सकता है। इसकी कमी यह है कि यह केवल पिछले अंतिम 48-72 घंटों के ही वियूस को काऊंट करता है। यदि आल टाईम टॉप पोस्ट बनानी हो, तो 'टेक्स्ट विजेट' को एप्लाई करें। उसके टाईटल में "आल टाईम टॉप पोस्ट" आदि लिखें। उससे नीचे के बक्से में टेक्स्ट बटन सेलेक्ट करें। उसमें पोस्ट का नाम लिखें। फिर उस नाम को सेलेक्ट करके उसके ऊपर की बार के "लिंक" बटन को क्लिक करें। उससे निर्मित बोक्स में उस पोस्ट का यूआरएल एड्रेस डालें। इस तरह नीचे की तरफ को मनचाही संख्या में पोस्ट की लिस्ट भी बनाई जा सकती है, और उस लिस्ट को बुलेटिड लिस्ट या नंबरड लिस्ट का रूप भी दिया जा सकता है। इस तरह, टेक्स्ट विजेट से हम मनचाहे टेक्स्ट को व लिंक को साईडबार में डाल सकते हैं।

यह ध्यान रखें कि डबल साईडबार से मुख्य कंटेंट के लिए जगह कम हो सकती है, खासकर डेस्कटॉप पर। मुझे तो सिंगल साईडबार वाली थीम ही पसंद है।

पुराने टेक्स्ट को तोड़-मरोड़ कर लिखने को डाटा स्पिनिंग या डाटा स्क्रेपिंग या प्लैग्रिस्म कहते हैं। इसका यदि गूगल को पता चलता है, तो वह अवश्य पेनल्टी लगाता है। वास्तव में वह पेनल्टी भी नहीं

होती। गूगल बोट केवल उसको रीड करना छोड़ देता है, जिससे वेबसाईट खुद डाऊन आ जाती है। कई कहते हैं कि बहुत अधिक परिवर्तित करके ही टेक्स्ट को पुनः लिखना चाहिए। परन्तु उससे कोई लाभ नहीं, क्योंकि उससे कम मेहनत में तो नया टेक्स्ट लिखा जा सकता है। अगर कोई अपने प्राईवेट चैट, जैसे ईमेल आदि से डाटा को कोपी-पेस्ट करे, तब तो संभवतः वह डुप्लीकेट कंटेंट नहीं होता। अगर आपने गलती से डुप्लीकेट कंटेंट वाला वेबपेज बनाया है, तो उसे हटाने की जरूरत नहीं। उसे आप प्राईवेट पेज बना लें। इससे वह इंटरनेट से हट जाएगा, और गूगल उसे नहीं देख पाएगा। यद्यपि वह पेज आपको हमेशा उपलब्ध रहेगा।

पूर्वोक्तानुसार, W (वैबसाईट) नामक मीनू बटन दबा कर जो ड्रॉपडाऊन लिस्ट खुलती है, उसमें "स्टैट" बटन भी होता है। उसको क्लिक करके वैबसाईट की परफोर्मेंस से सम्बंधित सभी सूचनाएं मिल जाती हैं। वे हैं, वियूज की संख्या, विजिटर्स की संख्या, लाईक्स की संख्या, कमेंट्स की संख्या, वियू किए गए पेजस और पोस्टस के बारे में सूचना आदि। वियूज में आर्चाईव्स / होम पेज भी आता है। यह कोई विशेष पोस्ट या पेज का वियू नहीं होता। वास्तव में, होमपेज के "आर्चाईव" नामक विजेट में महीनों के नामों की लिस्ट होती है। उनमें से किसी महीने के ऊपर क्लिक करने से उस महीने की सभी पोस्टें एक स्वयंनिर्मित व अस्थायी पेज पर खुलती हैं। एक महीने के नाम पर क्लिक करने से आर्चाईव / होमपेज के नाम से एक वियू जुड़ जाता है। इसका अर्थ है कि कोई विजिटर होमपेज पर था, जब उसने आर्चाईव के किसी महीने के ऊपर क्लिक किया। यदि कोई उस महीने की किसी विशेष पोस्ट पर क्लिक करके उसे अपने मूल रूप में खोले, तभी उस विशेष पोस्ट के नाम से एक पेज वियू जुड़ेगा, अन्यथा नहीं। इसी तरह, होमपेज के केटेगरी विजेट के साथ भी यही होता है। पोस्ट के नीचे जो टैग होते हैं, उनमें से किसी एक पर क्लिक करने से उस टैग से सम्बंधित सभी पोस्टें उपरोक्त प्रकार के अस्थायी पेज पर खुल जाती हैं। बाकि की प्रक्रिया समान ही है।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास; भाग-11 (कीवर्ड, विभिन्न वेबसाईट प्लान, बहुभाषी वेबसाईट)

पोस्ट के जो केटेगरी व टैग होते हैं, वे गूगल सर्च में उपयोगी नहीं होते। वे तो केवल वर्डप्रेस डॉट कोम में ही पोस्ट को सर्च करवाते हैं। केटेगरी व टेग, दोनों मिलाकर पंद्रह से अधिक नहीं होने चाहिए। उनकी पंद्रह से अधिक संख्या वाली पोस्टों को वर्डप्रेस फ़िल्टर करके स्पाम में डाल देता है। केटेगरी में मुख्य कीवर्ड होता है, जबकि टेग में उस मुख्य कीवर्ड का सब कीवर्ड होता है। उदाहरण के लिए , कुण्डलिनी जागरण से सम्बंधित पोस्ट के लिए "कुण्डलिनी" कीवर्ड केटेगरी के लिए फिट है, जबकि "कुण्डलिनी जागरण" टेग के लिए।

ऐसा भी चल सकता है कि किसी पोस्ट के लिए केवल केटेगरी के ही कीवर्ड दिए गए हों, टेग के नहीं। वर्डप्रेस डॉट कोम दोनों को एकसमान समझता है। यहाँ तक कि यदि कोई भी केटेगरी या टेग न दिया गया हो, तब भी वह पोस्ट के मुख्य कंटेंट में से कीवर्ड को ढूंढ लेता है।

अब जो वेबसाईट के रीडर के अंतर्गत टेग बटन है, उसका अर्थ यह नहीं है कि उसमें लिखे जाने वाले कीवर्ड से केवल उसी कीवर्ड के टेग वाली पोस्टें ही ढूंढी जाए। वास्तव में उस बटन का नाम "टेग" के स्थान पर "कीवर्ड" ज्यादा उपयुक्त लगता है।

अब मुफ्त की व खरीदी गई वेबसाईट के बीच में अंतर के बारे में बात करते हैं। निःशुल्क वेबसाईट के डोमेन नेम में वेबसाईट के नाम के साथ वर्डप्रेस डॉट लगा होता है। पेमेंट वाली वेबसाईट में यह नहीं लगा होता। यही अंतर है, और कुछ नहीं। उदाहरण के लिए, इस वेबसाईट के निःशुल्क वर्जन का डोमेन नेम यह होगा, demystifyingkundalini.wordpress.com; जबकि इसके सशुल्क वर्जन का डोमेन नेम यह है, demystifyingkundalini.com

दोनों में ही मेरी वैबसाईट का डोमेन नेम (demystifyingkundalini) सुरक्षित है, और इसे कोई दूसरा नहीं ले सकता। सशुल्क वर्जन में एक लाभ यह भी है कि उसमें कस्टमर केयर की ईमेल व चेट सुपोर्ट मिलती है। साथ में, निःशुल्क वेबसाईट के डाटा की सुरक्षा का जिम्मा कंपनी नहीं लेती। इसलिए नियमित रूप से उसे बेकअप करते रहना पड़ता है।

वेबसाईट विकास से सम्बंधित पोस्ट की इस सिरीज (नंबर 1 से लेकर 12 तक) में जो जानकारी मुझे कस्टमर केयर सुपोर्ट से मिली है, उनमें से भी कुछ ख़ास-२ डाली गई है। इसलिए यह निःशुल्क वेबसाईट को बनाने वाले के लिए किसी वरदान से कम नहीं है।

अब बात आती है बहुभाषी वेबसाईट की। पहला तरीका यह है कि एक ही वेबसाईट में दोनों भाषाओं के पेज व पोस्ट डालें। इसके लिए मीनू आईटम्स व विजेट्स के नाम हिंदी व अन्ग्रेजी, दोनों में रखने पड़ेंगे। एक भाषा से दूसरी भाषा में जाने के लिए पेजस व पोस्ट्स पर लिंक डालने होंगे। अब ऐसी वेबसाईट में दो प्रकार से ब्लॉग पोस्ट लिखी जा सकती है। पहले तरीके में, पहले मूल भाषा में लिखा जाता है, फिर उसके नीचे उसी पोस्ट में अनुवादित भाषा में लिखा जाता है। पोस्ट के टॉप पर एक पेजजंप लिंक दिया जाता है, ताकि उस पर क्लिक करने से अनुवादित भाषा में जाया जा सके।

दूसरे तरीके में, मूल हिंदी के लिए अलग से पोस्ट बनाई जाती है, और अंग्रेजी के लिए अलग से। दोनों पोस्टों में एक-दूसरे पर जाने के लिए लिंक डाला जाता है। यह तरीका सर्च इंजन रैंकिंग के लिए कुछ ज्यादा अच्छा प्रतीत होता है। मैं तो द्विभाषी वैबसाईट के लिए इसी तरीके को अपनाता हूँ। यद्यपि इसमें एक भाषा के फोलोवर दूसरी भाषा की पोस्ट भी प्राप्त करते रहते हैं। इससे बचने का तरीका यह है कि अनुवादित भाषा के लिए अलग से वेबसाईट बना लो। मुफ्त वाली वेबसाईट भी बना सकते हैं। एक वेबसाईट से दूसरी पर जाने के लिए जगह-२ पर लिंक डाले जाते हैं। संभवतः उसमें एक वेबसाईट मीनू से दूसरी वेबसाईट भी खुल जाती है, क्योंकि दूसरी वेबसाईट पहली वाली वेबसाईट की सेटिंग पर ही बनी होती है। उदाहरण के लिए, यदि मुख्य वेबसाईट demystifyingkundalini.com है, तो दूसरी वेबसाईट demystifyingkundalinieng.wordpress.com बना सकते हैं। डोमेन नाम में कुछ न कुछ परिवर्तन तो करना ही पड़ता है। साथ में, वह डोमेन नाम उपलब्ध भी होना चाहिए। फिर भी, खासकर भारतीय वातावरण में एक ही वैबसाईट में हिंदी व अंग्रेजी भाषाएँ एक दूसरे की सहयोगी हैं, इसलिए यह मिश्रित तरीका सर्वोत्तम है।

ट्रांसलेशन के मामले में गूगल कुछ सख्त है। अंगरेजी की गुणवत्ता से वह आसानी से संतुष्ट नहीं होता। इसलिए कहा जाता है कि मशीन-ट्रांसलेशन या गूगल-ट्रांसलेशन को वह स्वीकार नहीं करता। पर

मेरा मानना है कि यदि गूगल से बेसिक ट्रांसलेशन कराने के बाद उसे हाथ से सुधारा जाए, तो वह ट्रांसलेशन स्वीकृत हो जाता है।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास; भाग-12 (पेमेंट और बैकअप)

वैबसाईट पर पेमेंट

वर्डप्रेस वेबसाईट पेपाल या क्रेडिट कार्ड या डेबिट कार्ड के थ्रू पेमेंट करती है, और वेबसाईट रिन्यू करने के लिए पेमेंट लेती है। यद्यपि कार्ड अंतर्राष्ट्रीय होना चाहिए। जैसे कि वह भारतीय रुपे कार्ड को एक्सेप्ट नहीं करती। इन्टरनेट बैंकिंग से पेमेंट नहीं होती। कार्ड को कंपनी बैंक से कन्फर्म करती है। बैंक से वह मेसेज वेबसाईट मालिक को आ जाता है, यदि उसका मोबाईल नंबर बैंक में दर्ज हो।

होस्ट को बदलना

वैबसाईट के लिए होस्टिंग (घर/जगह) देने वाली बहुत सी कम्पनियां हैं। सबका अलग-२ रेट है। यदि किसी को अपनी वर्तमान होस्टिंग महंगी या गलत लग रही हो, तो वह अपनी उसी वैबसाईट के लिए दूसरी होस्टिंग भी ले सकता है। इसके लिए उसे अपनी वैबसाईट का बेकप लेकर उसे दूसरे होस्ट की खाली वेबसाईट पर इम्पोर्ट करना पड़ता है। इसके लिए उसे नए होस्ट में अपना अकाऊंट बनाना होता है।

वैबसाईट को एक्सपोर्ट करना

पर्सनल प्लान में वैबसाईट का फुल बेकप नहीं बना सकते। पर उसको एक्सपोर्ट कर सकते हैं। सेटिंग के अंतर्गत एक बटन (कस्टमाईजर बटन) होता है। उस पर क्लिक करने से सारा टेक्स्ट कंटेंट एक जिप्ड फोल्डर के रूप में आ जाएगा, जिसे वहीं पर डाऊनलोड किया जा सकता है। ईमेल पर भी वह आ जाता है, जो वहां 7 दिन तक के लिए रहता है। उसमें मीडिया और अपलोडीड डॉकुमेंट नहीं होते। उसके लिए साथ ही में एक्सपोर्ट मीडिया का एक दूसरा बटन होता है। वैसे तो पेमेंट वाली सभी वैबसाईट्स बहुत सुरक्षित रखी जाती हैं। फिर भी यदि कुछ अनहोनी घटना हो जाए, तो उस एक्सपोर्ट फाईल से हम वैबसाईट को पुनः प्राप्त कर सकते हैं। यद्यपि थीम व वैबसाईट कस्टमाईजेशन नए सिरे से करनी पड़ती है, क्योंकि इसमें कस्टमाईजेशन का बेकप नहीं हो पाता। इसलिए एक्सपोर्ट फाईल को क्लाऊड में, हार्ड डिस्क में आदि कई स्थानों में संभाल कर रखना चाहिए।

वैबसाईट की सुरक्षा के अन्य तरीके

इसके लिए एक और ऑफलाइन तरीका है। अपने वैबसाईट के पेजस की एक इ-बुक बनाओ, और उसे केडीपी पर सेल्फ पब्लिश कर लो। 10000 शब्दों से शुरू कर सकते हो। उसकी कोपी भी क्लाऊड पर

स्टोर कर लो। सबसे सुरक्षित तरीका है। आप बोलोगे कि जो हर हफ्ते आप पोस्ट छापते हो, वह कैसे इ-बुक में आएगी। इसके लिए पोस्टों को इकटठा करके आप एक और ई-बुक बना लो, और उसे पब्लिश कर दो। हर हफ्ते की पोस्ट आप उसमें एड करते रहो, और केडीपी पर अपलोड करते रहो। बन गई न बात। आपकी वैबसाईट और पुस्तक, दोनों एक साथ ग्रो करेंगे।

एक और सबसे कारगर तरीका बताता हूँ। ई-दुनिया इतनी स्थिर नहीं है, जितनी कागजी दुनिया। जब ई-दुनिया संकट में आएगी, उस समय भी कागजी दुनिया घर के कोने में पड़े संदूकों में सही-सलामत रहेगी। आप प्रिंट ओन डिमांड की सहायता से अपनी उपरोक्त ई-पुस्तकों की प्रिंट पुस्तकें बनाकर संभाल कर रख लो। इसमें पब्लिशिंग का खर्चा भी नहीं लगेगा। केवल कुछ थोड़े से कमीशन के साथ कागज़ व बाइंडिंग की कीमत ही चुकानी होगी। जरूरत पड़ने पर इन कागजी पुस्तकों से आप ओसीआर की मदद से टेक्स्ट फाईल पुनः बना सकते हो। इससे आप अपनी वैबसाईट स्क्रेच से पुनः व आसानी से खड़ी कर सकते हो।

उपरोक्त तरीके से ही मेरी निम्नलिखित पुस्तकें मेरी इसी वैबसाईट से बनी हैं-

1) कुण्डलिनी विज्ञान- एक आध्यात्मिक मनोविज्ञान

2) ई-रीडर पर मेरी वैबसाईट

एक पुस्तक तो मेरी क्वोरा पोस्ट से भी बनी है, जिसका नाम है, "कुण्डलिनी रहस्योद्घाटित- प्रेमयोगी वज्र क्या कहता है"।

वेबसाईट का निर्माण, प्रबंधन व विकास; भाग-13 (ब्लोक एडिटर, महत्त्वपूर्ण टिप्स)

ब्लोक एडिटर

वर्डप्रेस वेबसाईट में अब नया ब्लोक एडिटर आ गया है। इसके द्वारा हम अलग-२ पैराग्राफ को अलग-२ रूप में एडिट कर सकते हैं। हरेक पैराग्राफ का एक अलग ब्लोक बनता है। कविता के लिए वर्स ब्लोक का प्रयोग होता है। क्वोट के लिए, रिफरेन्स सोर्स का पता डालने के लिए व अन्य हलकी फुल्की या विशेष जानकारी प्रदान करने के लिए क्वोट ब्लॉग का प्रयोग करते हैं। यह पोस्ट की खूबसूरती को भी बढ़ाता है। यदि हमने मुफ्त में डाऊनलोड के लिए कोई पुस्तक या फाईल उपलब्ध करवानी है, तो उसे फाईल ब्लोक में रखते हैं। ऐसी कितनी फाईलें डाऊनलोड हुईं, ये भी वैबसाईट के स्टेट बटन में शो हो जाएगा। किसी चित्र या वीडियो को दिखाने के लिए मीडिया ब्लोक का प्रयोग करते हैं।

वेबसाईट से सम्बंधित कुछ अन्य महत्त्वपूर्ण जानकारियाँ

रीडर के लाईक, टैग आदि बटन अकाऊंट होल्डर के नाम से स्टोर होते हैं, वेबसाईट के नाम से नहीं। इसलिए अलग-२ अकाऊंट से वेबसाईट को खोलने से वे अलग-२ दिखेंगे। ऐसा वहां होता है, जहां पर एक वेबसाईट के बहुत से मैम्बर होते हैं, जैसे एडमिन, मोडरेटर, राईटर आदि।

शुरू में या एक साल के लिए वेबसाईट होस्टिंग व डोमेन के लिए इकट्ठा व कम पेमेंट लेती है। अर्थात डोमेन नेम निःशुल्क दिया जाता है। डोमेन नेम देने वाली भी बहुत सी कम्पनियां हैं। कुछ तो निःशुल्क सेवा भी देती हैं।

पॉप अप फोलो बटन को बनाने के लिए मेलचिम्प पर साईन अप करना पड़ता है। फ्री प्लान पर केवल एक ही आडियेंस बना सकते हैं। आडियंस का मतलब यहाँ पर वेबसाईट पर विजिट करने वाला व्यक्ति है। आडियेंस बनाने पर मीनू बार से पॉप अप सब्सक्राईब बटन को क्लिक करते हैं। निर्देशानुसार करने पर एक कोड जेनेरेट होता है। उसे वैबसाईट के मेलचिम्प विजेट में कोपी पेस्ट करना पड़ता है। फिर फाईनल पब्लिश बटन दबा दो। हो गया।

हेडर इमेज वह होती है, जो हरेक पेज व पोस्ट पर छपती है। इसे कस्टमाईजर से सेट करते हैं। फीचर्ड इमेज वह होती है, जो सिर्फ एक पेज या पोस्ट के लिए होती है। इसे एडिट बटन से सेट करते हैं।

थीम बदलने से जरूरी नहीं कि नई थीम पर पुरानी सारी सेटिंग व स्टाईल आ जाए। कई बार तो बहुत मेहनत करनी पड़ती है दुबारा से। यदि कोई थीम गलत लगे, तो पुरानी थीम पर भी जा सकते हैं। वही

पुरानी सेटिंग फिर से मिल जाएगी। मैं इस w बटन (वैबसाईट के टॉप पर, लेफ्ट में) को ही अधिकांशतः सेटिंग बटन कहता हूँ। इसे कस्टमाईजर बटन भी कह सकते हैं। w बटन दबा कर डिजाइन बटन दबाएँ। उसके अंतर्गत एक थीम्स बटन होगा। उसमें आपकी करेंट थीम का नाम और उसकी जानकारी होगी। अन्य सभी उपलब्ध थीम्स के बारे में भी जानकारी होगी। पुरानी सभी थीम्स देखने के लिए और उन पर रिवर्ट करने के लिए टूल्स के अंतर्गत एक्टिविटी बटन दबाएँ। आपकी सारी पिछली थीम्स वहां पर अपनी सेटिंग्स/कसटमाईजेशन के साथ स्टोर मिलेंगी।

प्रेमयोगी वज्र द्वारा लिखित अन्य पुस्तकें

1) Love story of a Yogi- what Patanjali says
2) Kundalini demystified- what Premyogi vajra says
3) कुण्डलिनी विज्ञान- एक आध्यात्मिक मनोविज्ञान
4) Kundalini science- a spiritual psychology
5) The art of self publishing and website creation
6) कुण्डलिनी रहस्योद्घाटित- प्रेमयोगी वज्र क्या कहता है
7) बहुतकनीकी जैविक खेती एवं वर्षाजल संग्रहण के मूलभूत आधारस्तम्भ- एक खुशहाल एवं विकासशील गाँव की कहानी, एक पर्यावरणप्रेमी योगी की जुबानी
8) ई-रीडर पर मेरी कुण्डलिनी वैबसाईट
9) My kundalini website on e-reader

इन उपरोक्त पुस्तकों का वर्णन एमाजोन, ऑथर सेन्ट्रल, ऑथर पेज, प्रेमयोगी वज्र पर उपलब्ध है। इन पुस्तकों का वर्णन उनकी निजी वैबसाईट https://demystifyingkundalini.com/shop/

के वैबपेज "शॉप (लाईब्रेरी)" पर भी उपलब्ध है। साप्ताहिक रूप से नई पोस्ट (विशेषतः कुण्डलिनी से सम्बंधित) प्राप्त करने और नियमित संपर्क में बने रहने के लिए कृपया इस वैबसाईट,https://demystifyingkundalini.com/

को निःशुल्क रूप में फोलो करें/इसकी सदस्यता लें।

सर्वत्र शुभमस्तु।